

GUÍA BREVE PARA ABRIR UN NEGOCIO

.....



.....
**GLOBAL
STARTUP**



ESP



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Roma - Area Metropolitana

Con el aporte de:



**Camera di Commercio
Roma**

ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN
5	Introducción
7	Emprendimiento no italiano en Roma
9	Inicia tu propio negocio
10	¿Nacen los emprendedores?
11	<i>Los proveedores</i>
12	Competencia y riesgo empresarial
13	<i>Cobertura financiera</i>
14	La organización de la empresa
15	<i>Business plan</i>
	LA FORMA JURÍDICA
16	La forma jurídica
16	<i>La empresa individual</i>
18	Sociedades de personas
19	<i>Sociedad de personas</i>
19	<i>Sociedad sencilla</i>
20	<i>Sociedad en nombre colectivo</i>
21	<i>Sociedad en comandita</i>
22	Sociedades de capital
22	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>
24	<i>Sociedad de responsabilidad limitada simplificada</i>
24	<i>Sociedad de responsabilidad limitada con un solo socio</i>
25	<i>Sociedad anónimas - Sociedad en comandita anónimas</i>
25	<i>Sociedades cooperativas</i>
26	<i>Consortios</i>
27	Los costos para empezar
28	<i>INPS</i>
29	<i>INAIL</i>
29	<i>SPID</i>
30	La comunicación única
31	<i>SCIA</i>
32	Facturación. Acceso al crédito
32	<i>Acceso al crédito</i>
33	<i>Los consorcios de garantía</i>
	COMUNICACIÓN
34	Comunicación empresarial
35	<i>La web</i>
	EL FUTURO
37	El futuro: el sistema empresarial
38	TABLAS
42	CRÉDITOS





INTRODUCCIÓN

Los datos estadísticos disponibles a través de las **Cámaras de Comercio** indican una creciente inclinación de muchos individuos hacia el emprendimiento, al considerar la posibilidad de iniciar su propio negocio en un **nuevo contexto**. Iniciar un negocio puede ofrecer perspectivas excepcionales, incluidas la materialización de ideas propias, la organización del tiempo y, potencialmente, la generación de ingresos significativos. Sin embargo, aproximadamente la mitad de estos emprendedores se ven obligados a cesar sus actividades en **los primeros cinco años**, a menudo debido a un nivel insuficiente de conocimientos sobre el tema.

Esta guía tiene como objetivo fomentar la creación de **nuevas y sólidas empresas**, así como apoyar a los futuros emprendedores en la fase de puesta en marcha. Asimismo, está destinada a aquellos que desean reincorporarse al mercado laboral tras una experiencia anterior como empleados o después de un periodo de inactividad. El manual también pretende destacar los desafíos que enfrentará el futuro empresario en el proceso de creación de su empresa, ofreciendo una serie de **recomendaciones útiles** para prevenir errores, así como información sobre aspectos legales, financieros y fiscales pertinentes.

Es importante recordar que el emprendimiento se fundamenta en la intuición, la competencia técnica y, sobre todo, en la dedicación del empresario, es

decir, en su **profesionalismo**. En términos generales, la exigencia de profesionalismo implica también un objetivo lucrativo, que es la intención de obtener ingresos superiores a los costos incurridos. En esencia, nos dirigimos a dos tipos de destinatarios:

Emprendedores aspirantes: aquellos que buscan iniciar su propio negocio a través de una nueva idea. Esto incluye a trabajadores que desean convertirse en empresarios, estudiantes que finalizan la educación universitaria o secundaria y personas desempleadas.

Nuevos emprendedores: quienes ya han iniciado un negocio recientemente o están a punto de lanzar su propio proyecto.

El propósito de esta publicación, de **libre acceso**, es esencialmente acompañar al futuro emprendedor en la creación de una empresa y en las fases inmediatamente posteriores a su establecimiento. Este texto no tiene la intención de sustituir el trabajo de consultores especializados, sino de servir como una base inicial válida para la **orientación**.

CNA ROMA (abril 2025)



EMPRENDIMIENTO NO ITALIANO EN ROMA



La sede histórica de la Cámara de Comercio de Roma en Piazza di Pietra

Entrando en detalles, en el área de Roma las empresas registradas en la Cámara de Comercio en **2024** son aproximadamente **437.000** (1), un patrimonio excepcional de riqueza y bienestar del territorio, capaz de contribuir al prestigio del *Made in Italy* en todo el mundo. Excluyendo el período caracterizado por la Pandemia, el número de empresas registradas en la **Cámara de Comercio de Roma** siempre ha reportado un saldo positivo en la diferencia entre cierres y aperturas. En los últimos diez años se ha producido un aumento significativo de empresas iniciadas por propietarios de origen no italiano, a menudo incluso de origen no europeo. El número de estas empresas supera hoy las **68.000 unidades**, representando

más del **15%** de las actividades presentes en el territorio de Roma, una cifra superior en un **2,5%** a la media nacional. Según un informe anual elaborado en 2024 por la **Fundación Leone Moressa** (2), los trabajadores inmigrantes representan el **8,8%** del **PIB de Italia**, con picos en los sectores de la agricultura (16,4%) y la construcción (15,1%). Con un empleo de **2,4 millones de unidades**, los trabajadores extranjeros producen más de **164.000 millones de euros** en valor.



En total, en Italia hay **2,4 millones** de trabajadores extranjeros. Entre el personal cualificado, los extranjeros ascienden al **29,2%**, mientras que entre las profesiones liberales representan sólo el **2,5%**, señal todavía de una fuerte segmentación del mercado laboral.



Los trabajadores extranjeros producen más de 164 mil millones de euros

Si comparamos los ingresos del Estado con los gastos en *servicios sociales*, el saldo para el componente inmigrante es **positivo** en **1.200 millones de euros**. De hecho, los inmigrantes muestran un bajo impacto en los principales rubros del gasto público, como la sanidad y las pensiones.

El informe de la fundación destaca también que la inmigración contribuye desde el punto de vista demográfico y social. Sólo en la provincia de Roma hay más de

511.000 residentes extranjeros sobre una población total de 4.200.000, el **12,1%** del total. El dato más interesante que arroja el informe es la continua expansión de los empresarios no italianos. En diez años (de 2013 a 2023) los empresarios extranjeros crecieron un **27,3%**, mientras que los italianos disminuyeron un **6,4%**.

Las mayores incidencias se registran en los sectores de la **construcción**, el **comercio** y la **restauración**.

El emprendimiento extranjero es pues protagonista del tejido productivo al mismo nivel que el emprendimiento juvenil y femenino. En esta guía intentaremos orientar a un nuevo emprendedor a comprender todos los **requisitos necesarios** para abrir un negocio.

(1) *Consistenza imprese, iscrizioni e cessazioni in provincia di Roma per attività economica e forma giuridica*. CCIAA Roma: Rapporto anno 2024.

(2) *Rapporto 2024 sull'economia dell'immigrazione. Le conseguenze economiche della recessione demografica*. Fondazione Leone Moressa. Edizioni Il Mulino, ottobre 2024.

INICIA TU PROPIO NEGOCIO

« **Un empresario** es alguien que realiza profesionalmente una actividad económica organizada »



Antes de profundizar en los aspectos técnicos, intentemos primero aclarar el significado de *iniciar su propio negocio* y *convertirse en emprendedor*. La fórmula de *creación de una empresa propia* se refiere a todas las formas de actividad laboral no asalariada: más simplemente, cualquiera que pretenda iniciar una actividad laboral no asalariada inicia su propia empresa. Un poco más complejo es intentar definir la figura del emprendedor. Sin entrar demasiado en el derecho civil, conviene esbozar primero las definiciones de **actividad empresarial** y **actividad por cuenta propia**. El **Código Civil italiano** no proporciona una definición de **empresa**, sino simplemente la de **empresario**: « *un empresario es alguien que realiza profesionalmente una actividad económica organizada con el fin de producir o intercambiar bienes o servicios* ». Por tanto es posible definir el negocio como la actividad realizada por el empresario en el intercambio de bienes y servicios, y sobre todo en la organización de la actividad,

mediante, por ejemplo, el uso de maquinaria y sistemas específicos. Sin embargo, además del equipamiento, una empresa también se caracteriza por los recursos humanos, coordinados y dirigidos por el propietario.

¿Qué se entiende por actividades de trabajo por cuenta propia? Siempre haciendo referencia al Código Civil, la actividad se realiza « *cuando una persona se compromete a realizar una obra o servicio a cambio de una remuneración, con trabajo predominantemente propio y sin obligación alguna de subordinación hacia el cliente* ». El trabajo por cuenta propia se diferencia de una empresa principalmente por la ausencia de una organización significativa, es decir, una estructura empresarial que incluya herramientas y equipos, así como locales adecuados y, en general, capital. Las actividades de trabajo por cuenta propia incluyen profesiones artísticas, deportivas y de entretenimiento y **profesiones intelectuales** (arquitectos, abogados, contables).



« La característica fundamental de una idea empresarial debe ser la **viabilidad** »

¿NACEN LOS EMPRENDEDORES?

Algunas personas sin duda tienen características más favorables para realizar una actividad emprendedora, como la **creatividad**, la **determinación**, así como cierta **propensión al riesgo**. Evaluar la aptitud para iniciar un negocio propio es un aspecto fundamental en el éxito de un negocio. También es válido que con experiencia y estudio es posible convertirse en emprendedores, aprendiendo poco a poco a interactuar con los demás y a evaluar de vez en cuando los propios **conocimientos**. Para iniciar un negocio con éxito sigue siendo necesario asegurarse de tener las habilidades adecuadas, y si nunca has trabajado en el sector, es deseable un período de formación en una empresa ya establecida o

la asistencia a un curso de especialización. En la base de una empresa siempre hay una idea, pero en la puesta en marcha la originalidad de la idea en sí no siempre cuenta, aunque muy a menudo las empresas de éxito son aquellas que han introducido su **innovación** en el mercado: por ejemplo, se podría mejorar algo que ya ha sido probado, o adquirir un producto que ya existe en forma de **franquicia**. La característica fundamental de una idea empresarial debe ser la **viabilidad**: una idea potencialmente brillante que no se propone con una aplicación concreta puede no recibir la valoración adecuada. De hecho, es necesario darse cuenta de que una empresa vive en un contexto más o menos amplio, el **microentorno**,

y más generalmente en un contexto más amplio que el empresario no puede controlar directamente, caracterizado, por ejemplo, por el clima económico nacional, el **macroentorno**. Sin embargo, algunos aspectos del macroentorno pueden representar oportunidades para una empresa, como una ley especialmente favorable o un incentivo fiscal. El microambiente se refiere esencialmente a todo lo que el empresario puede controlar directamente: clientes, proveedores, transporte, bienes, costos de gestión y competidores directos. En definitiva, se trata de evaluar los elementos que caracterizan la **vida de una actividad**. Sin embargo, según las investigaciones, pocas empresas inician un negocio con un nivel satisfactorio de conocimiento del mercado al que pretenden dirigirse. Un primer análisis que debe realizar el emprendedor es la identificación del cliente, a través de un cuidadoso **análisis del mercado**, según el principio general de que antes de producir algo es recomendable comprender los deseos de los propios clientes.



LOS PROVEEDORES

Ninguna empresa puede satisfacer completamente sus **propias necesidades**. Para producir un servicio o un bien, el propietario tendrá necesariamente que recurrir a **otras empresas** para el suministro de **materias primas**, como electricidad, o el suministro de productos esenciales para la producción. La elección de proveedores ya en la fase de puesta en marcha es un aspecto fundamental para el éxito del proyecto emprendedor. Es igualmente importante mantener también una lista de proveedores alternativos disponibles en caso de indisponibilidad por parte de uno o más operadores. Por tanto, conviene favorecer a proveedores capaces de aplicar **condiciones de pago favorables**, por ejemplo a sesenta o noventa días: la falta de liquidez es, de hecho, una de las principales causas del cierre de pequeñas empresas.

COMPETENCIA Y RIESGO EMPRESARIAL

« *Cualquier **negocio** está sujeto a un **riesgo** »* »

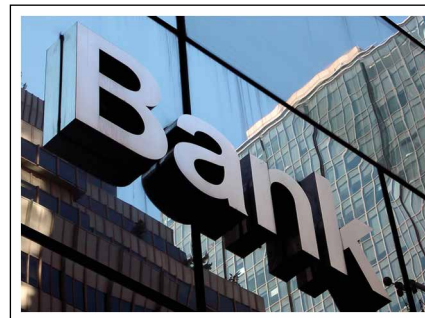


Más allá de las intuiciones sobre el producto a proponer, también es necesario centrarse en la presencia de **competidores** y el desempeño de sus actividades. Cuando la idea de negocio aún es incompleta, el nuevo emprendedor no dispone de todos los datos necesarios, pero quizá pueda observar a un competidor. En Italia existen algunas herramientas a las que todo ciudadano puede acceder, como **consultar los estados financieros** presentados ante la Cámara de Comercio por una empresa que realiza una actividad similar a la que usted pretende iniciar. Alternativamente, es posible consultar las estadísticas oficiales proporcionadas por **Istat** (*Instituto Nacional de Estadística*) o encontrar información a través de publicaciones sectoriales. En el caso de una pequeña empresa, el consejo es buscar **contacto** con personas

que realicen una actividad similar, o observar directamente una realidad competidora, especialmente si el nuevo empresario pretende producir un bien **por sí mismo**. La dimensión productiva del nuevo negocio depende naturalmente del contexto y del sector en el que el futuro propietario quiera operar.

Cabe señalar inmediatamente que cualquier negocio está sujeto a un **riesgo**, que varía según el sector de actividad. Y si bien no es posible eliminar este factor, sí es posible medir su impacto. Antes de aventurarse en el mercado, es necesario analizar la idea en sí y, posiblemente, proceder a una **verificación inicial**, evaluando los puntos débiles del proyecto y los factores de riesgo. Es necesario tener en consideración todos los elementos que pueden influir negativamente

en el éxito del negocio, como la competencia de empresas cercanas, la ubicación del negocio, así como la **cobertura financiera** de las inversiones. En el caso de contratar personal, conviene evaluar si los trabajadores son fáciles de encontrar y formar, o si es necesario seleccionar figuras que ya están muy especializadas y, por tanto, difíciles de encontrar.



COBERTURA FINANCIERA

Un negocio puede iniciarse con **recursos propios** (efectivo, bienes hipotecados, pólizas de seguro), o recurriendo a **financiación bancaria**. En este segundo caso, el riesgo empresarial puede ser mayor: la elección de una entidad de crédito como socio puede resultar decisiva para el éxito del negocio. La falta de capital social ciertamente dificulta la realización de un proyecto, pero

no debería llevar a abandonar la idea. En ciertos casos es posible conocer **beneficios** que pueden cubrir parcialmente las necesidades iniciales, como sistemas, maquinaria y costos de reestructuración de una propiedad. Determinar las **necesidades iniciales** es una de las principales tareas del fundador de una empresa: es necesario desarrollar un **cálculo realista**, distinguiendo entre necesidades de capital a corto y largo plazo. Cabe señalar que un nuevo negocio rara vez genera ganancias durante el primer año de funcionamiento. El **leasing** u otras formas de financiación de terceros también pueden resultar alternativas válidas. Después de haber realizado una evaluación en profundidad de la idea de negocio, es necesario considerar cuidadosamente las opciones de marketing posteriores en relación con el producto ofrecido, centrando el análisis en comprender las necesidades del cliente. La oferta del producto debe ser esencialmente una **combinación armoniosa** entre el precio de venta, la comunicación y la promoción.



« Para una nueva empresa es necesario demostrar un **enfoque estructurado** »

LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Una vez identificados el producto y los clientes potenciales, las elecciones del empresario se refieren a la organización de la actividad productiva, o más bien a la **estructura de la empresa**. En esta fase es necesario definir la organización de la empresa según cuatro directrices principales:

Financiero: *capital*

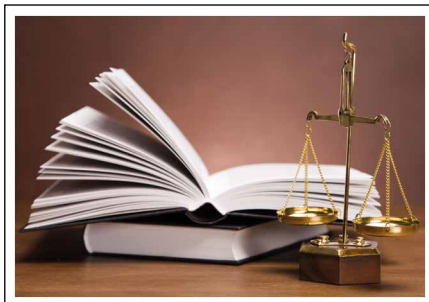
Humano: *lo personal*

Materiales: *el edificio, el equipamiento, las materias primas*

Tecnológico: *herramientas y formación*

Existen numerosas opciones en cuanto a la estructura de la empresa: primero hay que elegir si se crea una **nueva empresa** o se adquiere una existente. En el primero será necesario localizar la actividad, definir las dimensiones, planificar la organización de la producción, también en previsión de las condiciones cambiantes. En

el caso de adquirir una empresa que ya está en el mercado, será más fácil para el nuevo emprendedor tener **datos históricos** de producción y utilizar de inmediato equipos, existencias y personal calificado. En cualquier caso, la compra puede resultar desventajosa si es necesario realizar mejoras sustanciales en la estructura existente. El primer paso que debe dar el emprendedor es definir la **forma jurídica** que deberá adoptar la empresa. Como veremos más adelante, la empresa se puede estructurar de formas muy diferentes.



BUSINESS PLAN

Muy a menudo una nueva empresa deja de existir al cabo de unos meses, muchas veces simplemente por un **exceso de riesgo** por parte del creador. Para una nueva empresa es necesario demostrar un **enfoque estructurado**: en este sentido, es deseable que el empresario elabore un documento de proyecto en el que se destaquen de manera operativa todas las características del negocio, el llamado **business plan**. La redacción del documento es una prioridad para alcanzar los objetivos marcados y superar cualquier imprevisto. Por este motivo, el plan de negocio debe planificarse hasta el más mínimo detalle. El documento se compone esencialmente de **tres secciones**:

La introducción: en la que se describe brevemente la idea, con especial énfasis en las aspiraciones y preparación del promotor (estudios, experiencia laboral, habilidades técnicas).

Operación: esta sección se refiere a factores técnicos y financieros, como el producto y servicio ofrecido, el precio, la ubicación, el equipo utilizado, el personal, el aparato administrativo y todo el proceso productivo.

La estimación: en la tercera parte las opciones descritas en las operaciones deben traducirse en términos cuantitativos, mediante la redacción de una serie de estados económicos. Estos cuadros identifican, a corto y medio plazo, el alcance de las inversiones necesarias, los recursos, el resultado de explotación, que puede predecirse tanto positivamente (beneficio) como negativamente (pérdida), y el flujo

de caja, es decir, la diferencia entre los ingresos y los gastos registrados en un período determinado. La forma más eficaz de preparar una estimación fiable es definir las cifras mediante simulaciones detalladas.



En el siguiente apartado hablaremos de las formas jurídicas

LA FORMA JURÍDICA

«Cada estructura societaria depende del **objeto empresarial** que pretende alcanzar»

Una vez elaborado el **business plan**, hay que afrontar una elección operativa de primordial importancia para el futuro de la empresa: la **forma jurídica**. Básicamente, la primera pregunta que debe plantearse el nuevo emprendedor es si dirigir un negocio solo, o si **acordar con más personas** para llevar a cabo el negocio. No siempre es fácil entender en el momento de la puesta en marcha qué forma de empresa se adapta mejor a sus necesidades. Puede ocurrir que te dejes engañar por un modelo societario que supone menores costes en el momento de la constitución, pero que luego podría resultar inadecuado para los fines y actividades que pretendes realizar. Hay que tener en cuenta que no existe una forma jurídica ideal, y que cada estructura societaria depende del **objeto empresarial** que pretende alcanzar.

LA EMPRESA INDIVIDUAL

La primera decisión relativa a la forma jurídica se refiere a la elección entre trabajar solo o en colaboración con otros. En el primer caso la forma jurídica es la de **empresa individual**. Se trata de una forma jurídica sencilla en la que la actividad es realizada por una única persona, **el empresario**, que asume todas las responsabilidades derivadas de la actividad, siendo la única referencia para clientes, proveedores y financieros. Dado que el empresario individual no puede distinguirse de su propia empresa, el **riesgo empresarial** se extiende a su **patrimonio personal**. Cualquier deuda contraída por la empresa puede saldarse con una recuperación de los activos del empresario (propiedad y dinero). Evidentemente el empresario es el único que recibe los beneficios derivados de la actividad. Una forma particular de empresa individual la da la **empresa familiar**. Se consideran empresas familiares las empresas en las que colaboran el cónyuge, parientes hasta el tercer grado y parientes hasta el segundo grado. Los socios que participan en el negocio no se consideran socios ni empleados del empresario, sino **simples colaboradores**. La empresa familiar se constituye mediante **escritura pública**. Es importante señalar que

una persona no puede poseer simultáneamente más de un negocio individual. La empresa unipersonal suele ser utilizada por quienes desean abrir una **pequeña empresa**, porque garantiza **menores costes** en comparación con una estructura corporativa: la constitución de una empresa unipersonal no requiere un capital mínimo ni una escritura pública, salvo la apertura del número de IVA. El procedimiento para abrir una empresa unipersonal es relativamente sencillo. Lo primero que debemos hacer es elegir el **nombre de la empresa**, es decir, el nombre con el que se identifica el negocio.



Los **costos de apertura** son relativamente bajos y se pueden dividir en:

Gastos fijos: a pagar una sola vez (impuestos de timbre, gastos de secretaría).

Costos variables: que varían dependiendo de la actividad (altas de actividad en el SUAP).

Las **ventajas y desventajas** de una **empresa unipersonal** se enumeran a continuación:

Ventajas: simplicidad de registro ante los organismos competentes; costos de constitución reducidos: no se requiere escritura pública (excepto en el caso de una empresa familiar), ni capital

mínimo; contabilidad: no se requiere la redacción de estados financieros; centralización de la toma de decisiones: el empresario mantiene el control de la empresa.

Desventajas: responsabilidad ilimitada ante los acreedores; contribución únicamente de los recursos económicos del empresario; ausencia de socios con quienes compartir responsabilidades; solvencia limitada.

Como veremos más adelante, el paso necesario para la creación de una empresa unipersonal es la **presentación electrónica** al registro mercantil con la **Comunicación Única**.



« **La actividad emprendedora también puede ser realizada por un grupo de personas** »

SOCIEDADES DE PERSONAS

La actividad emprendedora también puede ser realizada por **un grupo de personas**: dos o más personas que se comprometen a realizar una actividad con el objetivo de **dividir los beneficios** de formar una **empresa**. Cada miembro tiene el deber de **contribuir**, directa o indirectamente, a la gestión de la empresa proporcionando bienes, equipos, locales y en determinados casos servicios de trabajo. Todas estas actividades normalmente están reguladas en **los estatutos**, integrados por un segundo documento, **el estatuto**, que define los derechos y deberes mutuos de los miembros individuales, así como las **relaciones** de la empresa con **terceros**. A diferencia de un negocio individual, una empresa le permite **compartir riesgos** con otros y, sobre todo, adquirir

capital y activos de múltiples partes. El régimen corporativo presenta algunas **ventajas fiscales**: las distribuciones de ingresos se distribuyen entre los miembros en función de las **cuotas de participación**, lo que lleva a una reducción de las tasas impositivas per cápita. En el ordenamiento jurídico italiano existen **diferentes tipos** de empresas. La elección de un tipo u otro puede depender de muchos factores: por eso es recomendable contactar con un **asesor especializado**. Las empresas se dividen en **sociedades de personas** y **sociedades de capital**:

Sociedades de personas: *sociedad sencilla, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita.*

Sociedades de capital: *sociedad de responsabilidad limitada, sociedad de*

responsabilidad limitada con un solo socio, sociedad de responsabilidad limitada simplificada, sociedad por anónimas, sociedad en comandita anónimas.

Sociedades cooperativas.

SOCIEDAD DE PERSONAS

En las sociedades, la **calidad de los socios** es más importante que los activos aportados a la empresa: la **competencia** y el **trabajo** constituyen los principales medios de sustento de la empresa. En este tipo de empresas el número de socios suele ser limitado, y el capital aportado no es elevado. Las asociaciones se dividen en:

Sociedad sencilla;
Sociedad en nombre colectivo;
Sociedad en comandita.

SOCIEDAD SENCILLA

La **sociedad sencilla** representa la forma básica de sociedad. La administración corre a cargo de cada **uno de los socios**, independientemente de los demás. En esencia, se requiere el consentimiento de todos para actuar en nombre de la empresa. El poder de administración también puede confiarse a un solo socio, el

director único. Las pérdidas y ganancias del negocio se dividen entre los socios en proporción a las acciones de participación. **No se puede recurrir** a una sociedad sencilla en el caso de una actividad empresarial: este tipo particular de sociedad es, de hecho, típica del **sector agrícola**, de **actividades deportivas de aficionados** o destinadas a la gestión de bienes inmuebles.



Para constituir una empresa sencilla basta con presentar una solicitud en el registro mercantil de la Cámara de Comercio: no existe un capital mínimo. Con esta forma de sociedad, los acreedores pueden hacer valer sus derechos **no sólo** sobre el patrimonio de la empresa: cada accionista que actúa en nombre y por cuenta de la sociedad es responsable de su propio patrimonio. Cada uno de los socios es responsable

de la cantidad adeudada por la sociedad: y si un socio paga íntegramente la deuda, puede emprender acciones contra los demás (responsabilidad ilimitada y solidaria).



Sin embargo, es importante señalar que en caso de deudas de la sociedad a terceros, éstas deberán pagarse principalmente con cargo al **capital social**, y sólo en una etapa posterior se podrá utilizar el patrimonio personal de los socios. Por el contrario, la sociedad no responde de las deudas personales de un solo socio: el acreedor personal del socio no puede atacar el patrimonio de la sociedad para satisfacer su propio crédito. Las sociedades sencilla **no tienen** un número de IVA, sino sólo un código fiscal; este aspecto **les exime** de la obligación de emitir factura electrónica, ya que basta, por ejemplo,

con acreditar el cobro con un **recibo fiscal**.

SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO

Es la forma más extendida de asociación. A diferencia de una empresa sencilla, una sociedad en nombre colectivo **puede operar en un contexto comercial**. Una s.n.c. generalmente está integrada por dos o más socios, quienes en principio deben aportar su trabajo en la empresa. La peculiaridad de una s.n.c. es que los socios tienen **responsabilidad ilimitada y solidaria**, es decir, responden con todo el patrimonio social y personal. La constitución de una s.n.c. se produce con la redacción de una escritura pública: **el nombre** de la empresa deriva del nombre de uno o más accionistas, y no existe un capital mínimo. Salvo acuerdo en contrario en los estatutos, cada miembro tiene el poder de representación. Dado que el patrimonio de la empresa es propiedad de todos los miembros, las cuestiones corporativas deben ser objeto de decisiones conjuntas. Es aconsejable adoptar esta forma societaria si todos los socios

demuestran **competencia para la realización del negocio**. Incluso en el caso de las s.n.c., en el caso de cantidades adeudadas a terceros, las deudas se pagarán principalmente con el capital social y sólo posteriormente con recursos personales.



A diferencia de una sociedad sencilla, el acreedor de un socio no puede solicitar la liquidación de la parte del socio deudor.

SOCIEDAD EN COMANDITA

Las sociedades en comandita son formas corporativas generalmente constituidas, por un lado, por personas con **capital disponible** y, por otro, por personas con espíritu emprendedor que no disponen de medios económicos. Este tipo de empresa se caracterizan por la presencia de **dos categorías** de socios: el **socio colectivo** y el **socio comanditario**.

Socio colectivo (*responsabilidad ilimitada*): *garantiza con su patrimonio personal las deudas de la empresa. El socio colectivo es responsable de la administración y gestión de la empresa.*

Socios comanditarios (*responsabilidad limitada*): *responden con su parte del capital. Al socio comanditario se le permite supervisar los libros contables y participar en las ganancias en relación con las acciones que posee. El socio comanditario no puede participar en la administración de la sociedad.*

El capital social de la sociedad en comandita se divide **en acciones**, de modo que cada socio tiene una parte proporcional a **las aportaciones realizadas**. En los estatutos de una sociedad en comandita es necesario indicar el socio (o socios) colectivo y los socios comanditarios. Por lo demás, los requisitos de constitución son los mismos que los señalados en el modelo de sociedades en nombre colectivo.

SOCIEDADES DE CAPITAL

« **El capital** constituye el principal medio »



A diferencia de las sociedades de personas, en **las sociedades de capital los bienes aportados** son de mayor importancia que las cualidades individuales de los socios: **el capital** constituye el principal medio por el cual los socios contribuyen al negocio. Las sociedades de capital tienen **personalidad jurídica** distinta de la de sus socios y su **responsabilidad se limita** al importe del capital desembolsado. En las sociedades de capital, las acciones son más libremente transmisibles que en las sociedades. Hay tres formas de sociedades:

- Sociedad de responsabilidad limitada;**
- Sociedad anónima;**
- Sociedad en comandita anónimas.**

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

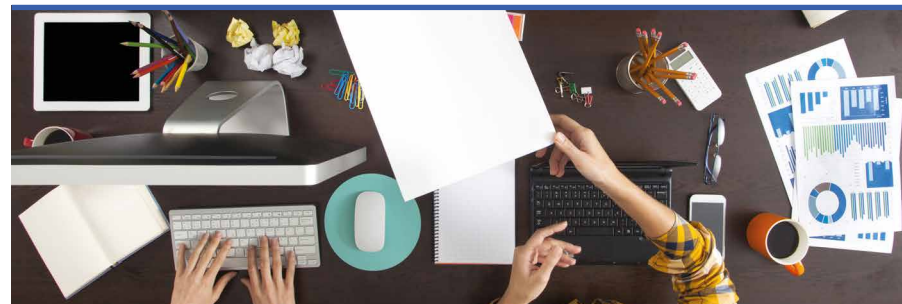
Las sociedades de responsabilidad limitada son uno de **los modelos más recurrentes** para realizar actividades empresariales. La **participación** accionaria de los socios está representada **por acciones**. Los derechos del socio son proporcionales a su participación, salvo que se indique lo contrario en los estatutos. Por lo general, las acciones de una sociedad de responsabilidad limitada son **libremente transferibles**. En este sistema jurídico, cualquier acreedor puede reclamar exclusivamente sobre el patrimonio de la empresa: los accionistas son responsables ante los acreedores con su parte.

Esta forma jurídica es especialmente adecuada para

empresarios que desean **limitar el riesgo** sin responsabilidad personal. Para garantizar cierta protección a los acreedores, el legislador exige un **pago mínimo de 10.000 euros** en el momento de la constitución de la empresa. La constitución de una sociedad presupone la estipulación de una **escritura de constitución** mediante escritura pública redactada ante notario, y la posterior inscripción en el registro mercantil. Precisamente para aprovechar al máximo la consecución de objetivos, es fundamental preparar correctamente la escritura de constitución y **los estatutos** correspondientes: este último regula las reglas de funcionamiento tanto entre los socios actuales como entre los que se incorporarán a la empresa en el futuro. Generalmente la

administración de una sociedad de responsabilidad limitada se encomienda a uno de los socios, pero también es posible delegar el control a una **junta directiva** o a una **persona externa**. El administrador puede ser nombrado por tiempo determinado o por tiempo indefinido, según lo dispuesto en el estatuto. La sociedad de responsabilidad limitada aporta ventajas tanto desde el punto de vista **económico** como **organizativo**, al ser uno de los modelos societarios en los que mayor libertad existe en cuanto a su funcionamiento.

Ventajas: *responsabilidad limitada: los bienes personales de los socios no pueden verse afectados; el modelo corporativo garantiza la posibilidad de prever un*



estatuto flexible; mayor facilidad en la transferencia de acciones de participación; posibilidad de operar en múltiples áreas comerciales, incluso con la apertura de múltiples empresas; tributación basada en las cuotas de participación.

Desventajas: *mayores costos de constitución en comparación con otras formas corporativas; mayores requisitos burocráticos en comparación con otras formas corporativas; mayores costos contables durante la gestión ordinaria; obligación de preparar el presupuesto; organización de la empresa; posible nombramiento de un consejo de administración.*

La s.r.l. tienen la obligación de llevar los libros de contabilidad y de la sociedad, incluido el registro de actas de las reuniones y acuerdos de la asamblea de accionistas. Tanto en la fase de constitución como durante el funcionamiento, una sociedad de responsabilidad limitada es **más cara** que una sociedad de personas.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SIMPLIFICADA

En ciertos casos es posible determinarlo en la constitución corporativa de una sociedad de responsabilidad con un capital **inferior a 10.000 euros**, pero igual a al menos **1 euro**: se trata de **sociedades de responsabilidad limitada simplificada**, introducidas en la legislación italiana en **2013**. La constitución de una s.r.l.s. es más fácil y económico: los costes de constitución ascienden a unos cientos de euros y no hay gastos notariales especiales.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA CON UN SOLO SOCIO

Las características de una sociedad con responsabilidad limitado con un **solo socio**, son las mismas que las previstas para una sociedad de responsabilidad limitada. De esta forma, el único socio fundador limita el riesgo de capital únicamente

a lo que aporta el patrimonio de la empresa. El control de la empresa lo dirige únicamente el propietario sin interferencia de otros.

SOCIEDAD ANÓNIMAS; SOCIEDAD EN COMANDITA ANÓNIMAS

Rara vez se trata de empresas elegidas. Los costes de constitución de estas formas jurídicas son muy elevados: el capital mínimo para la constitución asciende a aproximadamente **50.000 euros**. Por lo tanto, en esta publicación no se profundiza en el análisis de las sociedades anónimas y de las sociedades en comandita anónimas.

SOCIEDADES COOPERATIVAS

Las cooperativas son esencialmente empresas que desarrollan sus actividades **en beneficio de sus socios**, y que utilizan principalmente su trabajo para el desempeño de su trabajo.

Esta **mutualidad** garantiza

a sus miembros **mejores condiciones** que las que cada miembro individual podría obtener en el mercado.



En las sociedades cooperativas, normalmente debe haber al **menos nueve miembros**. Estos, además de productores, también son consumidores de parte de los servicios y bienes producidos. Los productos no consumidos por los miembros aún pueden venderse para **obtener ganancias**, que deben ser puramente secundarias. Una cooperativa se constituye mediante escritura pública redactada ante notario y remitida al registro mercantil. El nombre de la empresa deberá contener necesariamente el **término cooperativa**. En los estatutos de una cooperativa es necesario indicar las

condiciones de entrada y salida de un socio, así como los métodos de distribución de ganancias. De hecho, es posible distribuir **beneficios** entre los socios, pero dentro de ciertos **límites** y sin exceder un porcentaje del capital social.



En una sociedad cooperativa, los acreedores sólo **pueden reclamar** contra el patrimonio de la empresa: en el caso de una cooperativa de responsabilidad ilimitada, si la sociedad no puede hacer frente a sus deudas, los socios están llamados a responder con su propio patrimonio.

CONSORCIOS

Para completar la información, también mencionamos los **consorcios**. Se trata de una forma societaria con la que

varias empresas establecen una **organización común** para la realización de determinadas fases productivas dentro de su empresa. Mientras que la empresa está dirigida a una única empresa, un consorcio está formado por varias empresas para **compartir** servicios o recursos, o planificar una actividad común. También existen **empresas consorciadas**, que más que ser un verdadero consorcio, son instrumentos societarios constituidos para realizar actividades con fines consorciales.

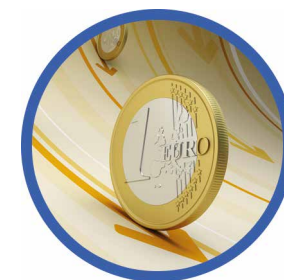
Las sociedades consorciadas pueden constituirse con acciones, o con responsabilidad limitada.



*En el apéndice de la publicación se proponen algunos cuadros resumen representativos de las **formas jurídicas societarias** acabadas de describir.*

LOS COSTOS PARA EMPEZAR

.....
 « **Los procedimientos administrativos para iniciar un negocio varían localmente** »



Una vez identificada la **forma jurídica** de la iniciativa empresarial, es necesario examinar las **obligaciones** que exige la ley. Los procedimientos administrativos para iniciar un negocio varían **localmente**. El nuevo empresario debe verificar con la debida atención toda la información, a partir de los **documentos formales** necesarios para presentar el negocio, como autorizaciones y eventuales certificaciones. También se debe verificar previamente el proceso procesal a seguir: en ciertos casos, algunos requisitos deben presentarse antes del inicio de la actividad, otros al mismo tiempo, otros después. Además de esto, es necesario encontrar los **formularios** relativos a los distintos documentos a presentar, verificando los métodos de los órganos a los que se entregan las solicitudes (Cámara de Comercio, Municipio, Región, Ministerio). Evaluar todos estos aspectos antes de comenzar permite estimar con precisión **los costos** a incurrir y el

tiempo necesario para iniciar una actividad específica. Los costos pueden variar en función de múltiples elementos (forma jurídica, actos administrativos, municipio de ubicación). Por lo tanto, aquí no es posible definir información completamente exhaustiva. Los costes de gestión varían en función de la actividad y tamaño de la empresa. Los principales son los **impuestos y contribuciones**, que son obligatorios para todas las empresas. Los impuestos incluyen esencialmente el impuesto sobre la renta de las personas físicas (**IRPEF**), el impuesto al valor añadido (**IVA**) y los impuestos locales (**IRAP** y recargos municipales). Las contribuciones incluyen las contribuciones a la seguridad social y las contribuciones a la asistencia social. Dada la complejidad del asunto, es recomendable ponerse en contacto con un asesor fiscal o una asociación comercial. Sin embargo, aquí es posible mencionar los fundamentos de la gestión fiscal.

El **sistema italiano** distingue **dos tipos de impuestos**:

El **IRPEF**, el impuesto a las personas físicas, que aumenta en función de la renta, y parte de un tipo mínimo del **23%**, hasta un tipo máximo del **43%**. Existen regímenes subsidiados, llamados a tanto alzado, en los que se paga un impuesto del **15%** en lugar del IRPEF, que puede bajar al **5%** en los cinco primeros años de actividad. El régimen a tanto alzado no permite la deducción

de los gastos realizados, sino únicamente de los gastos establecidos al inicio.

Las **contribuciones al INPS**, que generalmente aumentan a medida que aumentan los ingresos.

Entre los impuestos indirectos, el más importante es el **IVA** (Impuesto sobre el Valor Añadido). Salvo raras excepciones, el IVA no representa un coste para la empresa, ya que en última instancia lo paga el

consumidor final. El IVA es un impuesto que se establece sobre el valor añadido, es decir, sobre la **diferencia** entre el precio de compra y el precio de venta.

En Italia, los impuestos se pagan mediante el **formulario F24**, que permite la liquidación de la mayoría de los impuestos y cotizaciones a la seguridad social. Los depósitos con el formulario F24 sólo se pueden realizar a través de sistemas de **banca desde casa**.

INPS

La legislación italiana exige que los empresarios se hagan cargo de su propio seguro **pagando cotizaciones a la seguridad social**. En Italia el organismo competente es el **INPS**, *Instituto Nacional de Seguridad Social*. Un empresario que utilice el trabajo de sus empleados también deberá pagar **sus aportaciones**. Existen diferentes normas de referencia dependiendo de los sectores económicos y formas societarias. Con carácter general, en los sectores de la artesanía y

el comercio, los propietarios de empresas, los familiares y los colaboradores cuya ocupación principal sea la colaboración en la empresa deben asegurarse a través del INPS. Las cotizaciones a la seguridad social se pagan normalmente al INPS en **cuatro cuotas fijas**: a éstas se suman los pagos de cotizaciones calculados en función de los ingresos, las llamadas **cotizaciones variables**. La comunicación y el registro en el INPS se realizan a través de la **Comunicación Única**.



INAIL

Para todas las personas que trabajan en una empresa y que están expuestas al **riesgo de sufrir accidentes**, el seguro es obligatorio. El informe de inicio de actividad al INAIL se realiza electrónicamente a través del sistema de Comunicación Única: además del nombre de la actividad, el informe debe incluir una breve descripción de **los procesos de trabajo** y de la **maquinaria utilizada**.

La posición aseguradora también debe extenderse a los familiares que trabajan dentro de la empresa. En esencia, el INAIL ofrece prestaciones en caso de accidentes de trabajo y prevé el pago de pensiones en caso de **incapacidad permanente** como consecuencia de **enfermedades profesionales**. Las primas tarifarias del INAIL varían en función del riesgo laboral y de la actividad: el sector se asigna según el marco aplicado por el INPS. Para algunas categorías de seguros, como los artesanos, se aplican **tarifas preferenciales**.



SPID

Para acceder a los servicios que ofrecen casi todas las oficinas públicas, el empresario debe dotarse de un medio de identificación digital, el **SPID** (*Sistema Público de Identidad Digital*). A través de un sistema basado esencialmente en dos contraseñas, el empresario puede acceder directamente a los distintos portales de la administración pública.

El SPID es **gratuito** y los datos de acceso tienen una validez de dos años. El sistema de identificación se puede solicitar a la Cámara de Comercio o a una asociación gremial.



« **La comunicación** también es válida para fines tributarios, de seguridad social y asistenciales »

LA COMUNICACIÓN ÚNICA

Desde 2010, se ha establecido en Italia la **Comunicación Única**. Es un procedimiento que permite simplificar las relaciones entre las empresas y la Administración Pública, mediante el uso de una **única transmisión electrónica** de todos los trámites necesarios para la constitución de una empresa. Una persona interesada en iniciar una empresa puede presentar la Comunicación Única únicamente en la oficina del registro mercantil de la Cámara de Comercio: si existen los requisitos legales, la comunicación también es válida para fines tributarios, de seguridad social y asistenciales, y en particular para las obligaciones encaminadas a:

A la atribución del **número de IVA** (Agencia Tributaria); a la inscripción en el registro mercantil; a las obligaciones de seguridad social

(**INPS**); a las obligaciones de seguros (**INAIL**); al informe certificado de inicio de actividad (**SCIA**) en la ventanilla única de actividades productivas (**SUAP**) del municipio.

Para completar la Comunicación Única es posible contactar a un intermediario calificado, un contable o una asociación comercial. La Comunicación Única **no sustituye** las autorizaciones necesarias para el ejercicio de la actividad: estas últimas se rigen por normas nacionales, autonómicas y municipales específicas.

Para poder acceder a la Comunicación Única es necesario contar con un buzón de **correo electrónico certificado (PEC)** y un dispositivo de **firma digital** atribuido al titular de la empresa o a su delegado.

SCIA

Si el nuevo empresario tiene la intención de iniciar un negocio relacionado con el **comercio minorista** (tienda y venta electrónica), el **comercio en espacios públicos** (vendedores ambulantes) o quiere ejercer una **profesión** (esteticista, peluquero, restaurador, etc.), es necesario enviar una comunicación al municipio: se trata del formulario **SCIA** (Informe certificado de puesta en marcha). Para iniciar un negocio propio, salvo algunas excepciones, es suficiente presentar un formulario SCIA correctamente cumplimentado en todas sus partes. La comunicación deberá remitirse electrónicamente a través de la ventanilla **SUAP** (ventana única de actividades productivas) del municipio en el que se realiza la actividad. Después de la transmisión del informe, la actividad puede iniciarse inmediatamente. El SUAP emite un recibo, el cual será remitido al buzón PEC del usuario. El recibo se considera una **calificación habilitante** para iniciar el negocio. La SCIA consta de una autocertificación y los **anexos relacionados** necesarios para documentar la posesión de:

Requisitos subjetivos: morales y profesionales para el desempeño de la actividad.
Requisitos objetivos: establecidos por ley en función de la actividad económica (conformidad edilicia, salud e higiene).



El SCIA deberá ser presentado por el propietario antes de iniciar la actividad. Al tratarse de una autocertificación en la que se declara **la existencia de los requisitos** para la apertura del negocio, es necesario que a la fecha de presentación de la misma el solicitante ya haya constituido una empresa. El **costo** de presentar el SCIA varía dependiendo de la empresa. Generalmente, iniciar una empresa requiere el pago de honorarios de secretaría, a los que se suman los **gastos administrativos**: por ejemplo, el coste de un SCIA para una empresa comercial en el municipio de Roma puede variar entre 80 y 400 euros.

FACTURACIÓN ACCESO AL CRÉDITO

«Encontrar **fuentes de financiación** es uno de los problemas más importantes»



En Italia la **factura electrónica** es obligatoria. La obligación se aplica a todas las facturas emitidas a raíz de bienes y servicios prestados entre empresas establecidas en Italia. Para garantizar el cumplimiento de este requisito, las empresas deben **adoptar un sistema** capaz de generar, enviar, recibir y archivar documentos. La facturación electrónica elimina la necesidad de procesar documentos en papel, lo que reduce las cargas para ambas partes involucradas en la transacción. La facturación electrónica también ofrece una **mayor visibilidad** de los procesos financieros al proporcionar información de **seguimiento** en tiempo real entre transacciones. Las facturas deben enviarse siempre a través del **SDI** (Sistema de Intercambio), insertando

en el documento la dirección PEC o la **dirección electrónica comunicada** por el cliente: esta última se compone de un código de 7 dígitos alfanuméricos. La legislación italiana exige que todas las empresas dispongan de un **registro de facturas digitales** (RFD). Existen muchos programas disponibles en el mercado que permiten generar facturas electrónicas de forma rápida y sencilla.

ACCESO AL CRÉDITO

Una vez definidas las obligaciones administrativas y fiscales necesarias, el nuevo empresario debe considerar otra cuestión: los **recursos financieros**. Una buena financiación es una de las bases fundamentales para montar un negocio. Encontrar fuentes de financiación es uno de

los problemas más importantes, tanto en la fase de inicio como en la de consolidación. En el plan de negocios se ha identificado con una aproximación razonable la cantidad de dinero necesaria para el proyecto. Una vez establecida la suma, es necesario investigar **las fuentes más adecuadas**. Una primera vía podría ser solicitar un préstamo a una **institución bancaria**: no es una vía especialmente económica, ya que una deuda siempre implica el pago de intereses más o menos elevados. Aunque no siempre es fácil encontrar información adecuada sobre las leyes de **facilitación**, se podría ofrecer una segunda solución examinando la facilitación en diferentes niveles (local y nacional). Finalmente, cabe subrayar que el sector de las concesiones está sujeto a **medidas variables** en relación con las diferentes formas jurídicas, el sector de actividad y la ubicación.

LOS CONSORCIOS DE GARANTÍA

Para facilitar a las empresas el acceso a financiación a corto, medio y largo plazo, existen en

Italia **consorcios de garantía** que desarrollan una importante actividad de rendimiento: **los consorcios**. Basados en principios de mutualidad y solidaridad, los consorcios fueron creados como expresión de **asociaciones gremiales** en los sectores artesanal, comercial e industrial, con el aporte decisivo de las Cámaras de Comercio.



Los consorcios facilitan el acceso de las pequeñas y medianas empresas al crédito y a **otras formas de financiación**: con la garantía proporcionada es posible conseguir cualquier forma de financiación, permitiendo a las empresas obtener **condiciones muy ventajosas**. Puede encontrar información sobre las cooperativas de garantía en las asociaciones comerciales o en la Cámara de Comercio local.



Además del marketing, los canales de distribución y **los costes de gestión**, un proyecto emprendedor debe evaluar otros dos factores de especial importancia: la **imagen corporativa** y la **comunicación**. El éxito de un negocio depende en gran medida de la capacidad del emprendedor para darse a conocer, comunicando una imagen positiva de su realidad. El público elige una empresa si el producto propuesto tiene una imagen positiva. Incluso en el contexto local es necesario tener en cuenta la **opinión de los clientes**: aunque lo que se produce tiene todas las credenciales para gustar, el mercado casi nunca es un punto de llegada, sino que a menudo sólo representa un punto de partida.

De hecho, uno de los objetivos de la empresa debe ser establecer un vínculo duradero con un cliente específico. La comunicación empresarial representa todo lo que en una empresa puede influir en la venta de un producto: la forma en que el empresario comunica, la apariencia de la empresa, en definitiva, **la suma** de todas las imágenes individuales que reciben los clientes.

La **comunicación corporativa** es mucho más que la simple publicidad.



Una empresa habla a sus clientes a través de su nombre, su sede, sus equipos y, sobre todo, su **organización y profesionalidad**. En el caso de una empresa estructurada también se debe evaluar otro factor, la **imagen coordinada**, es decir, el diseño gráfico que permita reconocer sus productos.



Se define como *coordinada* porque caracteriza uniformemente los mismos elementos visuales, aplicándolos sobre todos **los soportes de comunicación** (formularios, envases, embalajes). Entre los elementos coordinados encontramos, por ejemplo:

El logotipo: *el nombre de la empresa escrito en una tipografía.*

La marca de empresa: *el signo gráfico que distingue a la empresa.*

Alfabetos corporativos: *aquellos caracteres tipográficos*

particulares utilizados en los documentos.

La imagen coordinada nunca debe pasarse por alto, ni siquiera en las pequeñas empresas.

LA WEB

La **digitalización** se ha convertido en uno de los principales motores de la innovación, capaz de permear todos los ámbitos de nuestra vida. La transformación digital ha abierto **nuevas oportunidades** en el mundo laboral, permitiéndole llegar a los clientes incluso de forma remota y abriendo nuevos mercados. La red representa una herramienta de promoción fundamental. Un sitio es mucho más que un simple escaparate.



Un portal de empresa representa la base de la **estrategia de marketing online**: debe ser intuitivo, fácil de usar y debe cumplir con el marco regulatorio, especialmente en lo

que respecta a la **protección de datos personales**. La visibilidad online le permite dar a conocer su empresa a un número potencialmente ilimitado de clientes: la información de ventas está garantizada las **24 horas del día**, los **365 días del año**.



Desde esta perspectiva, la digitalización ha aportado a las empresas una dinámica promocional adicional. Hoy en día los costes de un sitio web son bastante accesibles: también existen programas que permiten a cualquiera crear un sitio web *hágalo usted mismo* en poco tiempo. Una empresa también puede contactar con una variedad de clientes enviando mensajes publicitarios (**boletines**) a grupos más o menos específicos, o buscando un **target específico** a través de motores de búsqueda. En determinados casos es posible inducir a los clientes a participar

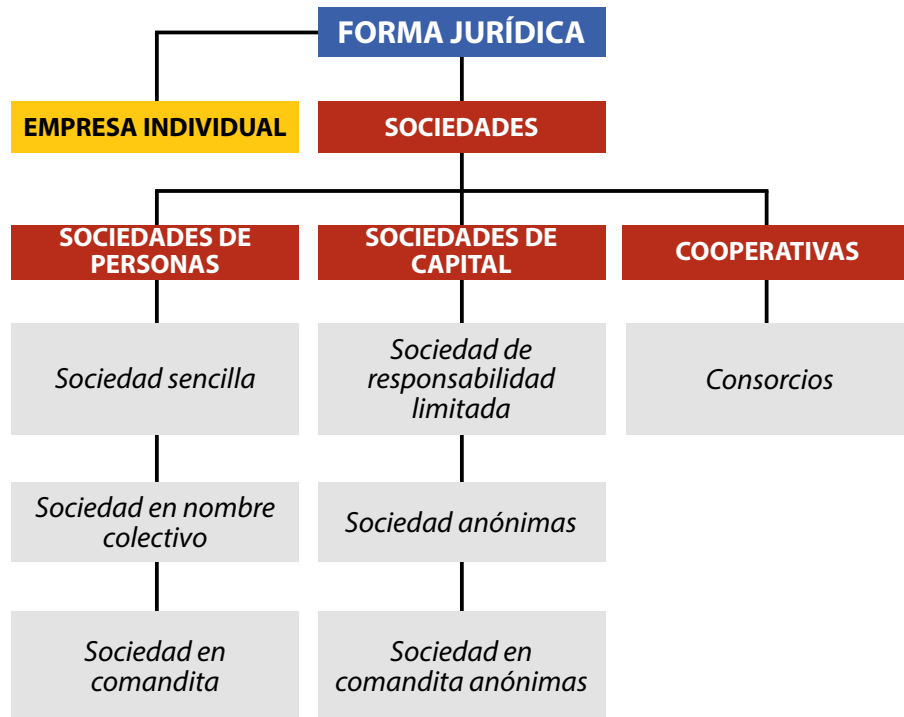
en estudios de mercado, poniendo a prueba su satisfacción con un producto o servicio ofrecido. Gracias a algunas aplicaciones de **comercio electrónico**, un producto puede venderse fácilmente mediante **transacciones económicas** realizadas con total seguridad.

Para completar la información, también se menciona la figura del **influencer**: son líderes de opinión que operan en la red y que tienen una base de credibilidad. Como personajes de éxito en las **redes sociales**, son capaces de influir en el comportamiento y las elecciones de una audiencia concreta. Los contenidos promocionados por un influencer suelen ser percibidos por la red con mayor eficacia que los mensajes transmitidos por una sola empresa. El influencer puede operar con diferentes objetivos, incluida la **ampliación del alcance de la audiencia** de una empresa o la mejora de la **fidelidad** de los clientes. Hoy en día, centrar las acciones de promoción corporativa en influencers es uno de los principales medios para amplificar los mensajes de marketing de una empresa.

El nacimiento de un nuevo negocio supone un crecimiento para la economía local y para el **tejido productivo** de una ciudad. Una actividad genera empleo y bienestar independientemente del país de origen del emprendedor. La esperanza es que en un futuro no muy lejano podamos hablar más simplemente sobre emprendimiento, **sin declinaciones** de género o nacionalidad.

También es importante entender lo necesario que es para el futuro económico de nuestra zona impulsar una política de apoyo e integración empresarial. Después de todo, la heterogeneidad de la población ha sido una característica distintiva de Roma durante milenios. Las empresas no italianas también están predispuestas a realizar actividades de importación y exportación, un **proceso económico fundamental** que podría convertir a la capital en protagonista del comercio en los próximos años. Precisamente por eso, creemos esencial apoyar la creación de nuevas empresas, involucrando a los futuros empresarios no italianos en un camino de integración y apoyo, que puede incluir también a **sus familias**. Este proyecto nuestro probablemente será tanto más eficaz cuantos más tipos de negocios logremos poner en marcha con el tiempo.

También será fundamental que las futuras empresas examinen su idea en términos de **sostenibilidad social y ecológica**, promoviendo prácticas empresariales responsables. De hecho, la sostenibilidad está adquiriendo un papel cada vez más importante en las **decisiones de compra** de los clientes, que buscan cada vez más productos que satisfagan las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras. Para más información sobre el tema de innovación o sostenibilidad, lo invitamos a contactar a **nuestros consultores**.



SOCIEDAD SENCILLA

Responsabilidad	Responsabilidad ilimitada, incluso con bienes personales
Impuestos	IRPEF (imposición progresiva)
Contabilidad	Contabilidad ordinaria, simplificada si los ingresos no superan los 500.000 €
Constitución	Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única
Nombre	Incluye el apellido del empresario o las iniciales de su nombre y apellido
Costos de establecimiento	Comunicación Única de 225 € a 325 €; Tasas anuales (CCIAA): 53 €; Gastos contables anuales: desde 1.100 €; Gastos anuales (declaración de impuestos): desde 500 €

EMPRESA FAMILIAR

Responsabilidad	Responsabilidad ilimitada, incluso con bienes personales
Impuestos	IRPEF. El propietario de la empresa debe tributar al menos el 51% del beneficio a sus expensas, mientras que el reparto entre los demás miembros de la familia puede establecerse de año en año.
Contabilidad	Contabilidad ordinaria, simplificada si los ingresos no superan los 500.000 €
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única
Nombre	Incluye el apellido del empresario o las iniciales de su nombre y apellido
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: desde 500 €; Comunicación Única de 225 € a 325 €; Tasas anuales (CCIAA): 53 €; Gastos contables anuales: desde 1.100 €; Gastos anuales (declaración de impuestos): desde 700 €

SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO

Responsabilidad	Responsabilidad ilimitada de todos los socios, incluso con bienes personales
Impuestos	IRPEF (imposición progresiva en proporción a las participaciones de los socios); IRAP (3-5%)
Contabilidad	Contabilidad ordinaria, simplificada si los ingresos no superan los 500.000 €
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única
Nombre	El nombre debe contener el nombre de al menos uno o más miembros
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: desde 2.500 €; Comunicación de inicio de la actividad: 150 €; Tasas anuales (CCIAA): desde 200 €; Gastos contables anuales: desde 1.800 €; Gastos anuales (declaración de impuestos): desde 800 €

SOCIEDAD EN COMANDITA ANÓNIMAS

Responsabilidad	Responsabilidad ilimitada del socio colectivo (incluso con bienes personales). Los socios comanditarios son responsables del capital social.
Impuestos	IRPEF (imposición progresiva en proporción a las participaciones de los socios individuales); IRAP (3-5%)
Contabilidad	Contabilidad ordinaria, simplificada si los ingresos no superan los 500.000 €
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única
Nombre	El nombre debe contener el nombre del socio colectivo
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: 2.500 €; Comunicación de inicio de la actividad: 150 €; Tarifas anuales (CCIAA): desde 200 €; Gastos contables anuales: desde 1.800 €; Gastos anuales (declaración de impuestos): desde 800 €

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Responsabilidad	Los accionistas responden con su parte del capital
Impuestos	IRES 24% (imposición proporcional); IRAP (3-5%)
Contabilidad	Contabilidad ordinaria
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única; Capital social mínimo 10.000 €
Nombre	El nombre debe incluir la indicación s.r.l.
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: 4.000 €; Comunicación de inicio de la actividad: 150 €; Comunicación Única de 225 € a 325 €; Tarifas anuales (CCIAA): desde 200 €; Refrendo anual de libros de empresa: 310 €; Gastos contables anuales: desde 3.000 €; Gastos anuales (declaración de impuestos): desde 1.500 €

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SIMPLIFICADA

Responsabilidad	Los accionistas responden con su parte del capital
Impuestos	IRES 24% (imposición proporcional); IRAP (3-5%)
Contabilidad	Contabilidad ordinaria
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única; Capital social mínimo 1 €, máximo 9.999 €
Nombre	El nombre debe incluir la indicación s.r.l.s.
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: 250 €; Asesoramiento fiscal: 200 €; Comunicación de inicio de la actividad: 150 €; Comunicación Única de 225 € a 325 €; Tarifas anuales (CCIAA): desde 200 €; Refrendo anual de libros de empresa: 310 €; Gastos contables anuales: desde 3.000 €; Gastos anuales (declaraciones de impuestos): desde 1.500 €

COOPERATIVAS

Responsabilidad	Responsabilidad limitada: los socios son responsables únicamente con las acciones del capital aportado
Impuestos	IRES 24% (imposición proporcional); IRAP (3-5%); Las utilidades de las cooperativas están sujetas al IRES con diferentes tasas según el sector al que pertenecen
Contabilidad	Contabilidad ordinaria
Constitución	Escritura notarial; Inscripción en el registro mercantil mediante Comunicación Única
Nombre	El nombre debe contener la indicación cooperativa
Costos de establecimiento	Gastos de constitución ante notario: desde 2.500 €; Tarifas anuales (CCIAA): desde 200 €; Gastos contables anuales: desde 2.500 €; Gastos anuales (declaraciones de impuestos): desde 1.500 €



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Roma - Area Metropolitana

CNA Roma - Area Metropolitana

Via Cristoforo Colombo, 283/A
00147 Roma
www.cnaroma.it

Edición editada por:

Alexander Galiano | galiano.biz

Gráficos y diseño:

Bag One | bagone.it

26A 108597926; **26B** 111918154;
27 44472506; **29A** 2705164; **29B**
78215992; **30** 57986692; **31** 55398290;
32 60834529; **33** 56716129; **34A**
55297806; **34B** 115372019; **35B**
35144942; **36** 112443783. *Adobestock:*
9 952967406; **15** 1076475594; **18**
297101540; **35A** 558703997. *Imágenes*
sin licencia (Commons 4.0): **7A** Temple
d'Hadrien, Rome. Chabe01.

De conformidad con la Ley n. 248 de 18 de agosto 2000 (Gaceta Oficial n. 206 - 4 de septiembre 2000) sobre nuevas normas para la protección de los derechos de autor, se permite la reproducción de esta publicación para uso personal, realizada por fotocopia o sistema similar, de conformidad con el Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, dentro de los límites del quince por ciento del total de páginas. Las noticias y datos reportados en la publicación pueden estar sujetos a cambios con el tiempo.

Créditos de las fotos:

A = superior - B = al final

Istock: **0** 1069233106; **3A** 73203841;
3B 77206622; **4** 211650300; **6**
92142162; **7B** 43473199; **8** 60882692;
10 466112; **11** 31825941; **12** 2329501;
13 134300; **14A** 1362265241; **14B**
37423193; **17** 4652013; **19** 341148146;
20 50620030; **21** 35195123; **22**
39736061; **23** 9717623; **25** 128410966;

Los autores del texto se inspiran en los principios contenidos en el artículo n. 70 (apartado 1) de la ley n. 633 - 22 de abril de 1941, modificado por la ley posterior n. 128 - 22 mayo de 2004 (Gaceta Oficial n. 119 - 22 de mayo de 2004), según la cual se permite la publicación gratuita de imágenes para uso educativo o científico, incluso a través de Internet, de forma gratuita, y sólo si dicho uso no tiene fines de lucro.

Objetivo Papel 100% FSC

El papel es el material principal de nuestra producción. Más del 90% de los papeles que utilizamos para fabricar nuestros productos ya cuentan con la certificación FSC® que certifica su origen en bosques y comunidades gestionados según altos estándares ambientales, sociales y económicos.





Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Roma - Area Metropolitana

00147 Roma
Via Cristoforo Colombo, 283/A
www.cnaroma.it

Con el aporte de:



Camera di Commercio
Roma