

BILBOko UDALA  AYTO. DE BILBAO
LAN EKINTZA
BILBAO

guía práctica

para crear una empresa en Bilbao


Europako Gizarte-Fondoa
Fondo Social Europeo



**Europako Gizarte-Fondoa
Fondo Social Europeo**

EDITA: LAN EKINTZA-BILBAO, S.A.

<http://www.bilbao.net/lanekintza>

D.L.: BI-2328-03

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: CID FCA!

IMPRESIÓN: CAGEGRAF

Reservados todos los derechos.

Ninguna parte de este libro puede ser reproducida o transmitida en forma alguna ni por medio alguno, electrónico o mecánico, incluidas fotocopias, grabación o por cualquier sistema de almacenado y recuperación de información, sin permiso escrito del editor.

Guía práctica para crear una empresa en Bilbao



LAN EKINTZA-BILBAO, Sociedad municipal de Promoción Económica y del Empleo dependiente del AYUNTAMIENTO DE BILBAO, dispone de un Servicio de Apoyo a la Creación de Empresas que le ofrece los siguientes servicios:

- Información y Asesoramiento inicial en materia de creación de empresa
- Apoyo en el proceso de desarrollo del proyecto empresarial
- Apoyo en la puesta en marcha de nuevas empresas
- Apoyo a la consolidación de las nuevas empresas

Estamos a su disposición en:

Lan Ekintza-Bilbao
Uribitarte, 6
48001 Bilbao
Tfno: 944205320
E-mail: informacion@lane.bilbao.net
[Http://www.bilbao.net/lanekintza](http://www.bilbao.net/lanekintza)

PRESENTACIÓN

La actividad de crear nuevas empresas genera un importantísimo valor añadido desde un punto de vista económico y social. Hay que tener en cuenta que las iniciativas empresariales conllevan un efecto multiplicador y de demostración, ya que impulsan una cultura en la que conceptos como el saber hacer, la innovación y la apuesta por el futuro cobran el protagonismo que merecen en una sociedad moderna.

Bilbao, inmerso en un proceso de transformación urbana y de revitalización económica, cuenta con potencialidades importantes, particularmente en las nuevas actividades de servicios a las empresas y a las personas. Nuestra ciudad es un lugar ideal para emprender, crear y progresar.

Para conseguir este objetivo, resulta imprescindible que desde la administración local desarrollemos una política activa de promoción y difusión de la necesidad de emprender y de contar con personas emprendedoras. En este sentido, el Ayuntamiento de Bilbao, a través de la sociedad municipal Lan Ekintza-Bilbao, está realizando un enorme esfuerzo para impulsar aquellas iniciativas y apoyar a personas que pretenden crear nuevas empresas en nuestro municipio.

En definitiva, queremos que esta Guía Práctica sirva para fomentar la creación de empresas y para que muchos ciudadanos y ciudadanas se transformen en verdaderos emprendedores.

Iñaki Azkuna
Alcalde de Bilbao

ÍNDICE

CONTENIDO DE ESTA GUÍA	pág. 7
A. CONSIDERACIONES PREVIAS QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA AL ABORDAR EL ANÁLISIS DE UN PROYECTO EMPRESARIAL.....	pág. 8
▪ El hecho de emprender.....	pág. 8
▪ Características del emprendedor/a	pág. 9
▪ La idea	pág. 11
▪ Saber-hacer y saber-gestionar	pág. 12
▪ Tres análisis previos fundamentales: producto o servicio, demanda y competencia.....	pág. 13
▪ Requisitos legales específicos necesarios para desarrollar determinadas actividades económicas.....	pág. 17
B. GUIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DE UN PROYECTO EMPRESARIAL	pág. 20
C. ASPECTOS DE INTERÉS PARA PONER EN MARCHA UNA EMPRESA.....	pág. 27
▪ Elección de la forma jurídica.....	pág. 27
▪ Trámites necesarios para la constitución de una empresa.....	pág. 34
▪ Ayudas para poner en marcha un proyecto.....	pág. 38
D. ¿DÓNDE OBTENER INFORMACIÓN ÚTIL?.....	pág. 43
▪ Agenda de direcciones	pág. 43
▪ Direcciones Web.....	pág. 45
▪ Bibliografía de interés	pág. 49
ANEXO.GLOSARIO	pág. 51

CONTENIDO DE ESTA GUÍA

La guía que a continuación presentamos está estructurada en cinco capítulos. El contenido temático de los tres primeros se centra en el orden lógico que ha de seguir el análisis y la puesta en marcha de un proyecto empresarial; los dos últimos aportan información útil de apoyo para lograr este objetivo.

- A. El primer capítulo, **Consideraciones previas que se deben tener en cuenta al abordar el análisis de un proyecto empresarial**, recoge aquellos aspectos que la persona o personas que quieren crear una empresa deben sopesar antes de dedicarse de forma intensa al análisis del proyecto empresarial: qué significa el hecho de emprender, cuál es el perfil personal y profesional necesario para convertirse en promotores/as de un proyecto empresarial, cómo encontrar una idea empresarial exitosa y qué requisitos legales específicos se deben cumplir para desarrollar determinadas actividades empresariales. Asimismo, en este apartado se reflexionará sobre cómo realizar un análisis preliminar del potencial comercial del proyecto empresarial.
- B. El capítulo **Guión para la realización del Plan de Negocio de un proyecto empresarial** presenta, de forma ordenada, todos los puntos clave que conforman el estudio de viabilidad del proyecto empresarial.
- C. El tercer apartado, titulado **Aspectos de Interés a la hora de poner en marcha una empresa**, estudia la última fase del proyecto y contiene información sobre las posibles formas jurídicas que se pueden adoptar, los trámites necesarios para crear una empresa y las ayudas a las que se puede acceder al poner en marcha una nueva empresa en Bilbao.
- D. En la cuarta parte, **¿Dónde obtener información útil?**, aparecen direcciones, tanto físicas como virtuales, a las que recurrir durante el proceso de análisis del proyecto; además, se ofrece bibliografía específica sobre creación de empresas.
- E. Por último, en el capítulo **Información empresarial y sociodemográfica sobre el municipio de Bilbao** se incluyen datos sobre nuestro municipio que pueden ser de interés al realizar el estudio de un proyecto de creación empresarial.

A. CONSIDERACIONES PREVIAS QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA AL ABORDAR EL ANÁLISIS DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

Antes de iniciar el análisis de un proyecto empresarial, es fundamental plantearse los siguientes interrogantes:

- ¿Tengo/tenemos claras las consecuencias que se derivan del hecho de emprender, de afrontar la aventura de crear una nueva empresa?
- ¿Poseo/poseemos el perfil adecuado para emprender?
- ¿Cuento/contamos con una idea sobre la que orientar mi/nuestro proyecto empresarial?
- ¿Cuento/contamos o puedo/podemos adquirir el saber-hacer para ofrecer un producto o servicio en el mercado?
- ¿Sé/sabemos o puedo/podemos aprender a gestionar una empresa?
- ¿Exige la actividad en la que estoy/estamos pensando algún requisito legal específico? Si la respuesta es afirmativa, ¿puedo/podemos cumplirlo?

El autoempleo o la creación de la propia empresa hace referencia a cualquier forma de realización de trabajo con sentido de actividad económica no ligada a la tradicional relación empresa-sueldo. Dentro de este concepto conviven figuras como la del/la autónomo/a, el/la profesional liberal, el pequeño negocio familiar o la pequeña cooperativa que, independientemente de consideraciones jurídicas, se entienden como actividades empresariales.

1. EL HECHO DE EMPRENDER

Últimamente, el autoempleo y la creación de empresas están considerados como la mejor herramienta para generar puestos de trabajo. Conscientes de esto, las administraciones públicas han creado diversos programas de apoyo a la puesta en marcha de nuevas empresas.

Estos programas incluyen el análisis de la viabilidad del proyecto, la elaboración de un plan de empresa y la formación necesaria para su gestión posterior. Con todo ello se pretende reducir el riesgo que conlleva la creación de toda empresa.

Emprender significa poner en marcha una actividad, y una *persona emprendedora* es la que acomete con resolución esa tarea. El hecho de emprender requiere del individuo una serie de dotes y capacidades, como analizar situaciones problemáticas y tomar decisiones, trabajar duro, conocer en profundidad el mercado objetivo, contar

con una muy buena cualificación técnica y ser capaz de vivir en un continuo proceso de aprendizaje. Además, a éstas se deben añadir la experiencia profesional y el saber relacionarse dentro del mercado.

Por otra parte, no debemos olvidar que para que un proyecto empresarial se materialice y consolide no es suficiente tener iniciativa, sino que es necesario emprenderlo con las máximas garantías posibles de éxito.

Así pues, es obligado respaldar con decisión los primeros pasos en la creación de nuevas empresas. En una primera fase, se trataría de verificar la viabilidad del proyecto mediante un apoyo técnico, humano y financiero; y, en una segunda, de potenciar el desarrollo de la empresa y de cultivar los conocimientos para una gestión eficaz, tan importante o más que el hecho de emprender.

2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR/A

Algunas características básicas y comportamientos que definen a las personas emprendedoras son:

- 1. Entrega a la tarea.** Poseen un alto grado de necesidad de realización profesional. Una vez que se han decidido por una pauta de acción, se absorben y sumergen hasta que se haya completado con éxito.
- 2. Capacidad para asumir riesgos, pero de una forma moderada y controlada.** Su entrega a un proyecto se basa en la serena apreciación de su capacidad y habilidad para dirigirlo con éxito. Su actitud es la de un realismo agresivo.
- 3. Capacidad para aprovechar las oportunidades.** Ven y aprovechan rápidamente las oportunidades. Demuestran una mentalidad creadora y convierten las oportunidades que observan en programas de acción.
- 4. Tenacidad.** No se dejan vencer por los obstáculos. A menudo, descubren nuevas formas de superarlos.
- 5. Objetividad.** Son más realistas que los/las demás acerca de sí mismos/as y de los fines que persiguen. No suelen permitir que lo que les gusta o disgusta interfiera en su camino. Cuando necesitan ayuda, se dirigen a expertos y no a amigos o parientes.

6. **Optimismo en situaciones nuevas.** Tienden a ser optimistas en situaciones desconocidas. Las probabilidades de éxito quizá no estén claras, pero las circunstancias pueden ser atractivas.
7. **Actitud adecuada hacia el dinero.** Respetan el dinero, pero no son avariciosos/as. No ven el dinero como algo que hay que atesorar. Por el contrario, el dinero es para ellos/as como las fichas de un juego: cuando sus operaciones obtienen beneficios, los consideran un indicador de que están ganando la partida.
8. **Valoran la importancia de planificar y establecer previsiones.**
9. **Actúan con profesionalidad y visión a medio y largo plazo.** Consideran más importante el trabajo bien hecho, la buena organización y ofrecer un buen servicio a los clientes que ganar dinero rápidamente. Actúan con amplitud de miras y consideran el éxito económico como una recompensa a su buen hacer.
10. **Combinan individualismo y trabajo en equipo.** Conjugan un fuerte individualismo (el ser emprendedor/a es un hecho más individual que social) con una gran inclinación a colaborar con otras personas, porque comprenden que la complejidad de sus empresas, sean pequeñas o grandes, exige una multiplicidad de cualidades que una sola persona no puede aportar.

EL EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo cobra especial significado cuando la nueva empresa es promovida por más de una persona o el/la emprendedor/a requiere colaboradores. Consiste en un pequeño número de personas con habilidades complementarias que están comprometidas en un fin común, utilizan métodos estructurados y son mutuamente responsables de su realización.

Características de un equipo de trabajo

1. **Tener objetivos de equipo.** El equipo debe tener una razón para trabajar como conjunto.
2. **La interdependencia.** Es fundamental que los miembros del equipo sean interdependientes, es decir, que cada uno necesite de la experiencia, habilidad y entrega de los demás para lograr objetivos mutuos.
3. **Eficiencia en el desempeño de las tareas.** Los componentes del grupo han de estar convencidos de que el equipo de trabajo, si es realmente eficiente, consigue siempre mejores resultados que individuos que trabajen aisladamente.

4. **La responsabilidad.** El equipo es responsable de sus actuaciones y de los logros obtenidos.

3. LA IDEA

El paso previo para la puesta en marcha de un proyecto empresarial es contar con una idea de negocio. En ocasiones puede tratarse de una idea innovadora; en otras, su valor añadido reside en que mejora o complementa ideas de otras empresas; e, incluso, podemos contar con una idea que consideremos irrealizable. Sea cual sea el caso, debemos concretar nuestra idea por escrito, madurarla y comprobar su viabilidad.

Para emprender un proyecto empresarial, debemos saber qué es lo que queremos hacer y, al mismo tiempo, haber detectado una necesidad en el mercado para introducir o desarrollar nuestro producto o servicio.

El origen de una idea está íntimamente ligado a la creatividad. Existen dos tipos de creatividad:

- **Creatividad externa.** Es la introducción de nuevas ideas desde fuera. Se puede estimular ejercitando sistemáticamente la curiosidad por los nuevos descubrimientos, ideas, etc.
- **Creatividad interna.** Es descubrir en el propio pensamiento nuevas formas de hacer las cosas o nuevas cosas que hacer.

Algunas fuentes de donde obtener ideas empresariales son las siguientes:

- Desarrollar la idea básica del negocio a partir de un hobby o de aquello por lo que tengamos un interés especial.
- Encontrar respuesta a la pregunta "¿Por qué no habrá un ...?"
- Observar y aprovechar los fallos que veamos en otros productos o servicios.
- Encontrar usos extraordinarios para cosas ordinarias.
- Buscar oportunidades en los cambios sociales.
- Desarrollar nuevos medios para resolver problemas.
- Aprovecharnos de los avances tecnológicos.
- Pensar en salir de la ocupación actual.

Una vez que hayamos emprendido nuestro propio negocio, debemos seguir mejorando el producto o servicio para hacer frente a la competencia. La matriz del producto–mercado es una herramienta útil para llegar a la meta que nos hemos propuesto.

Comprende cuatro casillas que indican las posibilidades de utilizar los recursos de que se disponen para aumentar las ventas.

Estas posibilidades son:

- Producto o servicio existente + mercado existente: supone aumentar la cuota en el mercado tradicional en que actuamos.
- Nuevo producto o servicio + mercado existente: significa ampliar las ventas al lanzar nuevos productos o servicios destinados a nuestros/as clientes/as actuales.
- Producto o servicio existente + nuevo mercado: implica vender más al diversificar el mercado ganando nueva clientela, sin ampliar la oferta de productos o servicios.
- Nuevo producto o servicio + nuevo mercado: supone desarrollar nuevos productos o servicios creando un mercado nuevo (nuevos clientes).

De las cuatro opciones, la última es la más arriesgada, si bien es la que a priori nos permite lograr mayores beneficios.

4. SABER-HACER Y SABER-GESTIONAR

En el estudio previo sobre la viabilidad de nuestra iniciativa se analizan dos aspectos fundamentales del equipo humano que gestionará la futura empresa y proporcionará el producto o servicio:

- **El saber-hacer**
- **El saber-gestionar**

La concurrencia de ambas capacidades es imprescindible, ya que una gestión deficiente puede hacer naufragar un buen producto o servicio e, igualmente, una buena gestión no es suficiente para alcanzar el éxito si no se presta de forma adecuada el servicio o se elabora un producto de calidad.

SABER-HACER

A la hora de sacar adelante con éxito nuestra empresa, contamos con una serie de factores fundamentales, como nuestra propia persona y la capacidad de dedicación al proyecto, por lo que es básico que éste se encuentre directamente relacionado con una actividad que nos guste y nos motive.

Además del comportamiento vocacional, debemos demostrar un saber-hacer. Todos/as los/as promotores/as gozamos de aptitudes basadas en la experiencia profesional, formación o aficiones y contamos con competencias para determinadas actividades, que son el reflejo de la forma de ser o pensar.

Lo más habitual es que nuestro proyecto de empresa esté relacionado con nuestras competencias profesionales. Si no es así, habremos de tener en cuenta las siguientes alternativas:

- Adquirir experiencia en un trabajo por cuenta ajena.
- Realizar algún curso de formación teórico-práctico para adquirir esas competencias.
- Buscar socios o colaboradores que nos permitan prestar el servicio deseado.

SABER-GESTIONAR

Como promotores empresariales, además de contar con un saber-hacer, deberemos enfrentarnos a una nueva e ineludible tarea: la gestión. El saber gestionar —pieza clave para el buen funcionamiento de una empresa— suele ser algo nuevo para la mayoría de los/as emprendedores/as, por lo que prácticamente todos los apoyos a la creación de empresas incluyen formación en gestión empresarial; el resto lo hará la futura experiencia.

5. TRES ANÁLISIS PREVIOS FUNDAMENTALES: PRODUCTO O SERVICIO, DEMANDA Y COMPETENCIA

Dentro de esta fase inicial, es imprescindible elaborar un primer estudio del mercado en el que pretendemos desarrollar el proyecto. Este análisis comprende tres grandes ámbitos: el producto o servicio que vamos a ofrecer, la demanda potencial y la competencia establecida o que pudiera establecerse en el mercado.

A. ANÁLISIS DEL PROPIO PRODUCTO O SERVICIO

Para reflexionar y definir bien todas las características del futuro producto o servicio, realizaremos un análisis minucioso en el que se tratarán los siguientes temas:

- Definición del producto o servicio.
- Características técnicas.
- Necesidades que cubre.

- Ventajas comparativas.
- Nombre que se piensa dar al producto o servicio.
- Presentación, envoltorio, imagen, embalaje, etc.
- Coste unitario.
- Evolución futura del producto o servicio.

Por medio de este estudio, determinaremos las ventajas comparativas de nuestros productos o servicios con respecto a otros similares o iguales que ya existan en el mercado.

Se entiende por ventaja comparativa cualquier característica de un producto o servicio que lo diferencia, lo mejora o lo hace más atractivo con respecto a otros productos o servicios de las empresas competidoras. Algunos ejemplos de ventajas comparativas o competitivas son: nuevas prestaciones del producto o servicio, un menor coste, una mayor calidad, una mejor presentación, un trato más especializado a los clientes, mayor capacidad de adaptación por parte de la empresa a los cambios, etc.

A su vez, debemos hacer un balance de los puntos fuertes y débiles de nuestra futura empresa; esto es, su capacidad para explotar las oportunidades que se presenten y las amenazas que ha de superar para lograr su desarrollo pleno.

Los puntos fuertes se identifican normalmente con las **ventajas competitivas**. Éstos pueden ser: la tecnología utilizada, las características del propio producto o servicio, la estructura financiera de la empresa, la promoción y publicidad empleadas, los costes, el equipo humano, la gestión, etc.

Asimismo, es fundamental plantearse cuál es el Ciclo de Vida del producto o servicio, concepto que relaciona las variables ventas y tiempo y que se encuentra en estrecha relación con determinados aspectos del marketing.

Una vez que el producto o servicio está en el mercado, hemos de efectuar un seguimiento sobre su comportamiento entre los/as clientes/as y sobre los cambios que realice la competencia para, si es necesario, modificar los elementos del producto o servicio que sean necesarios.

B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda estudia quién es nuestro cliente potencial. Para ello examina sus características (edad, sexo, capacidad adquisitiva, nivel educativo...), gustos y preferencias, escala de valores, hábitos, etc., a través de técnicas concretas de

investigación de mercados (encuestas, entrevistas, mercados de prueba...). Por tanto, se trata de recabar la máxima información posible sobre la situación en la que se encuentra el mercado.

En un principio, tendremos que segmentar el mercado, es decir, seleccionar en qué sector o sectores (nichos) de los clientes potenciales intentaremos posicionarnos. Son pocas las empresas que pretenden abarcar todo el mercado; lo más lógico es que cada una pretenda satisfacer una parte del mismo.

Con el análisis de la demanda/mercado, trataremos de responder las siguientes cuestiones:

- ¿Satisface nuestro producto o servicio algún tipo de necesidad? La demanda no es más que el reflejo del deseo que tiene el mercado de satisfacer una necesidad concreta. Si el producto o servicio que pretendemos ofrecer al mercado no satisface necesidades, ¿estaremos condenados/as al fracaso?
- ¿Qué potencial de demanda existe en el mercado? ¿En qué segmentos se puede dividir?
- ¿Qué causas motivan la compra del producto o la contratación del servicio: la tecnología, la calidad, la presentación, el precio, la imagen de la empresa, su dimensión, la publicidad que realiza, las modas, el servicio posventa, etc.?

Pero, **¿cómo podemos obtener información sobre el mercado?**

El proceso que supone la captación de datos sobre el mercado y la ayuda a la identificación de problemas y oportunidades dentro del mismo se denomina **investigación comercial**.

En primer lugar, es útil reflexionar sobre qué datos debemos recopilar, registrar y analizar, con el fin de que nuestra investigación comercial sea lo más contrastada, exhaustiva y completa posible.

En segundo lugar, se trata de recabar esos datos por medio de uno de los dos métodos básicos:

- Obtención de datos ya existentes sobre un mercado determinado: estudios de la Cámara de Comercio, informes de asociaciones patronales, revistas especializadas, etc.
- Obtención de datos originarios. Estos datos se consiguen principalmente por medio de la elaboración de encuestas. Éstas se pueden realizar

personalmente, por correo o por teléfono y están compuestas de preguntas, que son el soporte por medio del que se obtiene la información necesaria.

Teniendo en cuenta que una muestra es un conjunto de elementos de una población de la que se quiere extraer información, en tercer lugar determinaremos el diseño, tamaño y selección de nuestra muestra.

Finalmente, se analizan los datos y se interpretan los resultados obtenidos.

En cualquier caso, este tipo de estudios se debería realizar cada cierto tiempo para comprobar el estado de la demanda, sobre todo para determinar el grado de satisfacción de los clientes y sus nuevas necesidades.

C. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Se define como el análisis de otras empresas que ofrecen en el mercado servicios o productos iguales o similares a los nuestros y, además, está íntimamente ligado al análisis de la demanda.

- Identificación de la competencia actual y potencial.
- Características principales del producto o servicio.
- Mercado en el que operan y demanda que satisfacen.
- Precios que ofrecen y formas de pago que facilitan.
- Canales de distribución que utilizan.
- Promociones y métodos publicitarios de captación de clientes.
- Tamaño de la empresa y tecnología que emplean.
- Puntos fuertes y débiles de estas empresas.

Estos análisis son de una gran relevancia para determinar si verdaderamente existen las ventajas comparativas con respecto a la competencia que hemos definido en el análisis de nuestro producto o servicio. No nos podemos desenvolver en un mercado sin conocer el mayor número posible de datos de las empresas que compiten con nosotros. Por otra parte, no sólo son importantes como paso previo antes de iniciar la creación de una empresa, sino que a lo largo de su vida tendremos que realizar un continuo análisis de nuestros competidores.

En el caso de que el producto o servicio que pretendemos lanzar no cuente con ningún tipo de competencia, o ésta no esté presente en el ámbito de mercado en el que nos

vamos a mover, no sería necesario este análisis. Aun siendo así, no debemos olvidar que la aparición de la competencia se producirá tarde o temprano, porque ningún producto o servicio novedoso permanece solo en el mercado por mucho tiempo. En el momento en que la competencia haga acto de presencia será cuando tengamos que efectuar este tipo de análisis.

Las fuentes que tenemos a nuestro alcance para acceder a la información que necesitamos sobre nuestra competencia son varias:

- Listados y datos de la Cámara de Comercio. Algunas de las informaciones que facilita la Cámara de Comercio son gratuitas, pero las más interesantes hay que pagarlas. Su precio varía en función del número de datos que nos faciliten (precio 40,44 euros para listados de 1.000 direcciones de empresas según su IAE).
- Catálogos Industriales (Catálogo Industrial Vasco).
- Páginas amarillas y blancas.
- Registro Mercantil. Se trata de todo lo relativo a las sociedades mercantiles que se hallan inscritas en dicho Registro y sobre las cuentas anuales que están obligadas a depositar todos los años.
- Indagaciones propias.
- Conversaciones con clientes.
- Conversaciones con empresas proveedoras.

En general, deberemos realizar un esfuerzo de investigación que, en ocasiones, supondrá echar mano de la “inventiva” para recabar determinados datos.

6. REQUISITOS LEGALES ESPECÍFICOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR DETERMINADAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

En función de la actividad económica que vaya a realizar la empresa, hay que notificar y/o solicitar la inscripción de la empresa y/o de los productos o servicios en un registro oficial específico para esta actividad, siendo en algunos casos condición imprescindible para su legalización. Esto da lugar a unos trámites de carácter específico y a una legislación abundante aplicable a diversas actividades que es preciso conocer antes de poner en marcha la empresa.

A continuación se presentan, a modo de resumen, los trámites administrativos de carácter específico más frecuentes de la actividad empresarial, agrupados en cuatro apartados:

AUTORIZACIONES DE APERTURA, INSTALACIÓN O CONSTITUCIÓN

- Autorización de apertura de bares, cafeterías, restaurantes y establecimientos hoteleros.
- Autorización de instalación y permiso de apertura de salas de bingo y de empresas gestoras de salas de bingo.
- Solicitud de título – licencia de agencia de viajes.
- Solicitud de concesión de expendedurías de tabaco y timbre del estado.
- Administración de apertura de administraciones de lotería.
- Solicitud de concesión de administraciones de apuestas mutuas.
- Autorización de apertura de escuelas de conductores de vehículos a motor.
- Autorización de apertura de almacenes de especialidades farmacéuticas.
- Autorización de apertura de laboratorios de análisis clínicos.
- Autorización de apertura de oficinas de farmacia.
- Autorización de apertura de residencias de ancianos.
- Autorización de apertura de centros escolares privados de educación preescolar y general básica.
- Autorización para el comercio al por mayor e importación de labores de tabaco.
- Apertura de establecimientos obligados a disponer de medidas de seguridad.
- Autorización para la instalación y puesta en funcionamiento de centrales de alarma.

REGISTROS ESPECIALES

- Registro de empresas de espectáculos públicos y actividades recreativas.
- Registro de empresas editoriales.
- Registro administrativo de empresas periodísticas y agencias informativas.
- Registro de entidades gestoras de fondos de pensiones.
- Registro de empresas cinematográficas.
- Registro de empresas de producción, distribución e importación de material audiovisual.
- Registro de empresas de seguridad.
- Registro de industrias y establecimientos alimentarios.
- Registro de industrias agrarias.
- Registro artesano.
- Registro de productores, estudios de grabación, de fabricantes y de importadores de fotogramas.

- Registro de importadores al por mayor de productos petrolíferos importados de la UE.
- Registro de editores musicales.
- Registro oficial de industrias electrónicas, de telecomunicación e informáticas.
- Registro especial de fabricantes de partes, piezas y equipos para vehículos automóviles.
- Registro especial para talleres de reparación de vehículos automóviles.
- Registro especial de empresas conservadoras de aparatos de elevación.
- Registro de almacenes de productos químicos.
- Registro de empresas dedicadas a la industria farmacéutica.
- Registro nacional de empresas operadoras de máquinas recreativas.
- Registro de empresas de servicios técnicos (máquinas recreativas).
- Registro de empresarios de salones recreativos.
- Registro de la propiedad industrial.

CARNÉS Y CERTIFICADOS DE EMPRESAS

- Documento de calificación empresarial.
- Carné sanitario de manipuladores de alimentos.
- Carné de instalador electricista autorizado.
- Carné de instalador autorizado de gas.
- Certificado de empresa instaladora de gas.
- Carné de instalador o mantenedor-reparador de instalaciones de calefacción y agua caliente sanitaria.
- Certificado de empresas instaladoras de aparatos a presión.
- Permiso de aprovechamiento de la propiedad intelectual.
- Certificado de instalador o conservador-reparador frigorista autorizado.

ACTIVIDADES PROFESIONALES QUE PRECISAN DE UNA TITULACIÓN ESPECÍFICA

- Agentes de la propiedad inmobiliaria.
- Administradores de fincas.
- Agentes de aduanas.
- Gestores administrativos.
- Agentes de la propiedad industrial.
- Agentes de seguros.
- Agentes comerciales.

B. GUIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

El eje central sobre el que gira la creación de una microempresa es lo que, en el mundo empresarial, se denomina Plan de Negocio.

El Plan de Negocio presenta dos grandes utilidades:

- Es el instrumento fundamental para planificar el desarrollo del proceso de creación de una empresa en todos sus aspectos; así, la elaboración ordenada de todos sus puntos permite clarificar las acciones encaminadas a poner una empresa en funcionamiento.
- Es una herramienta imprescindible para acceder a las subvenciones que conceden los distintos organismos públicos y para apoyar nuestras tesis al solicitar financiación en una entidad de crédito.

Además, el Plan de Negocio es un instrumento básico para aquellas empresas que, aunque ya se encuentren en marcha, precisen reorientar su actividad de una forma general o en distintos aspectos: ampliación de mercados, elaboración de planes de marketing, reorganización de diferentes departamentos de la empresa (comercial, producción, recursos humanos, financiero, etc.), mejoras en la gestión integral de la empresa, nuevas inversiones en inmovilizado, equipamientos o maquinaria, lanzamiento de nuevos productos o servicios, etc.

A continuación, se muestra una guía para la elaboración del Plan de Negocio que diferencia en distintos apartados las acciones que se han de seguir. Dependiendo del tipo de empresa, no será necesario tratar algunos de los puntos enumerados, mientras que a otros habrá que dotarles de mayor énfasis.

1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y GRUPO PROMOTOR

Se deben describir los orígenes, motivos y objetivos que se persiguen con la creación de la empresa.

- 1. Origen de la idea.** Describir la idea original, cómo surgió, en qué momento y por qué, y cómo se fue madurando.

2. Origen del grupo promotor. En caso de tratarse de un grupo de promotores/as, hay que señalar cómo se formó ese equipo, el tiempo en que se formó y por qué. Se debe comentar también qué relación existe entre los miembros del grupo (amistad, familia, etc.).

3. Currículum de quienes integran el proyecto. Indicar datos personales, estudios realizados, experiencia profesional y objetivos personales que tengan una relación intrínseca con el desarrollo del proyecto empresarial.

4. Objetivo del grupo promotor. Resumir qué objetivos de tipo profesional y empresarial han movido a las personas integrantes del grupo promotor a iniciar una andadura empresarial.

2. ACTIVIDAD. PRODUCTO O SERVICIO

1. Definición. Definir brevemente cuáles son los productos o servicios que la empresa pretende ofrecer en el mercado.

2. Características del producto o servicio. Desarrollar ampliamente los pasos y tareas necesarias para generar los productos o prestar los servicios ofertados.

3. Necesidades que cubre. Destacar qué necesidades y carencias cubre y soluciona el producto o servicio, de forma parcial o total.

4. Ventajas comparativas. Enumerar las ventajas que ofrece el producto o servicio (calidad, precio, etc.) con respecto a otros que existen en el mercado actualmente y que puedan considerarse iguales o similares. Se debe apuntar también si el producto incorpora algo novedoso o innovador.

5. Nombre del producto o servicio. Señalar, si es el caso, el nombre que se va a poner al producto o servicio (no confundir con el nombre de la empresa).

6. Presentación, envoltorio, imagen, embalaje. Detallar qué presentación externa (embalaje, etiquetado, diseño, logotipo, etc.) se le va a dar al producto una vez que esté en el mercado y qué características posee esa presentación. Si se trata de un servicio, es conveniente indicar los soportes o las formas de presentar el servicio que puedan ser apreciadas por los clientes.

7. Evolución futura del producto o servicio. Describir cómo está previsto o se pretende que evolucione el producto o servicio en el futuro (más calidad,

menor precio, más prestaciones, nuevos productos o servicios, mayor cuota de mercado, etc.).

3. EL MERCADO

1. Características del mercado

- Especificar el ámbito de actuación de la empresa (geográfico, sectores de actividad...).
- Detallar los segmentos en los que se puede dividir a su potencial clientela, según perfil social, educativo, económico, edad, sexo...
- Volumen aproximado de facturación en ese ámbito de actuación y cuota de mercado que se espera conseguir en los tres primeros años (datos numéricos).
- Evolución del mercado donde se va a mover la empresa en los próximos años.

2. Características del cliente. Definir los rasgos que caracterizan al potencial cliente de la empresa, tanto si se trata de personas como de empresas o instituciones: su tipología, sus comportamientos con respecto a nuestros productos o servicios, etc.

3. Características de la competencia. Enumerar y describir las características de nuestros competidores, indicando sus rasgos más sobresalientes (puntos fuertes) y aquéllos que no lo son (puntos débiles). Se deben cotejar las ventajas comparativas y los puntos débiles de la empresa con respecto a la competencia.

Se trata, también, de desarrollar una “ficha” de cada competidor en la que se señalen sus datos empresariales, producto o servicio que ofrece, precios, volumen de negocio, mercado en el que se desenvuelve, tipos de cliente que atiende, nivel de calidad, etc.

4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Localización de la empresa. Indicar dónde se va a localizar geográficamente la empresa y por qué.

2. Distribución espacial. Adjuntar un plano de la oficina, lonja o pabellón donde se va a ubicar la empresa, indicando cómo quedan distribuidos los distintos elementos materiales.

5. IMAGEN DE LA EMPRESA

1. Nombre de la empresa y logotipo. Presentar el nombre elegido para la empresa y añadir, en su caso, el diseño del logotipo.

2. Tarjetas de visita, folletos informativos y cartas de presentación. En caso de tener diseñados estos elementos, adjuntar un modelo de tarjeta de visita, de algún tríptico, folleto o memoria y una carta de presentación de la empresa.

3. Comunicación, imagen y promoción. Comentar las acciones de publicidad y promoción que se van a llevar a cabo, incluyendo su coste y los resultados esperados.

6. POLÍTICA COMERCIAL

1. Objetivo comercial

- Señalar el objetivo comercial de la empresa en cuanto a penetración y posición en el mercado.
- Apuntar la previsión del volumen de ventas para los tres primeros años y explicar en qué se basa.

2. Precio de venta

- Presentar la política de precios que va a desarrollar la empresa.
- Reflejar las diferencias que existen con otras empresas de la competencia en lo referente a esa política de precios.

3. Sistema de ventas

- Mostrar cómo se va a desarrollar el proceso de venta desde que el cliente tiene conocimiento de la empresa hasta que se presta el servicio o se vende el producto.
- Expresar cómo se va a organizar la política de ventas de la empresa, con qué personal se va a contar y qué labores se van a realizar.

- Indicar los costes (viajes, dietas, etc.) y retribuciones que va a suponer esa fuerza de ventas.
- Explicitar la política de cobros y pagos en cuanto a los plazos y los medios.
- Apuntar cómo se pretende llevar a cabo el proceso posventa.

7. PRODUCCIÓN

1. Fases del proceso productivo. Enumerar y detallar las fases en las que se divide el proceso de generación del producto o servicio.

2. Subcontratación. Sopesar si es necesario subcontratar los servicios de alguna empresa o profesional para completar el proceso de generación del producto o servicio, incluyendo el coste de esa subcontratación y las condiciones en la que se prestaría.

3. Capacidad de producción de la empresa. Reflejar cuál sería la máxima capacidad de producción o de prestación del servicio de la empresa con los medios y personas con que va a contar inicialmente y si ésta se incrementaría en los siguientes dos años.

4. Materias primas y suministros. Señalar todas las materias primas y suministros que serán necesarios en el proceso productivo de la empresa.

5. Proveedores. Enumerar qué empresas proveedoras de materias primas van a ser necesarias para producir nuestros productos o prestar nuestros servicios, indicando dónde se encuentran y qué condiciones y formas de pago nos van a facilitar.

6. Existencias, aprovisionamiento y almacenamiento

- Apuntar, si fuera necesario, el espacio físico dedicado al almacén y cómo se piensa distribuir.
- Relacionar por materia prima y producto terminado el nivel máximo y mínimo de existencias con que normalmente contará el almacén.

7. Control de calidad. Describir si se van a utilizar sistemas de control de calidad del producto o servicio.

8. ORGANIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- 1. Personas necesarias.** Indicar el número de personas que serán necesarias en la empresa durante los tres primeros años de vida y su perfil.
- 2. Funciones.** Definir las funciones que desarrollarán las personas que trabajen en la empresa.
- 3. Sistemas de organización y coordinación.** Se debe diseñar el organigrama de la empresa, haciendo constar la forma de tomar las decisiones y las personas sobre las que recae dicha responsabilidad.
- 4. Sistemas de selección y forma de contratación.** Si en algún momento del desarrollo de la actividad empresarial se necesita seleccionar personal, es necesario indicar cómo se piensa hacer, qué criterios se adoptarán y qué tipo de contratación se va a realizar.
- 5. Asesoría externa.** Indicar si se va a precisar de la subcontratación de los servicios de alguna asesoría o consultoría para la gestión de la empresa o para la realización de algunas tareas de tipo administrativo.

9. LEGALIZACIÓN

- 1. Forma jurídica.** Señalar la forma jurídica que adoptará la empresa y los motivos que la llevan a inclinarse por ella.
- 2. Protección de la propiedad industrial e intelectual.** En caso de fabricación de productos, creación de diseños innovadores, nombres comerciales, marcas, rótulos de establecimiento, etc., indicar cómo se van a proteger y a través de qué registros.

10. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

A continuación se deben adjuntar los distintos cuadros financieros extraídos del análisis económico-financiero. Cada uno de estos cuadros debe llevar aparejado un comentario general sobre su significado. Los cuadros que se han de adjuntar son los siguientes:

1. Cuadros básicos

- Plan de inversiones y financiación.
- Cuenta de resultados.
- Presupuestos de tesorería.
- Balances de situación.

2. Cuadros anexos a los básicos

- Facturación y costes de las ventas.
- Gastos de personal.
- Tablas de amortización del inmovilizado.

3. Otros cuadros de interés

- Ratios.
- Estado de origen y aplicación de fondos.
- Gráficos.

C. ASPECTOS DE INTERÉS A LA HORA DE PONER EN MARCHA UNA EMPRESA

1. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

FACTORES QUE CONDICIONAN LA ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

Uno de los primeros pasos que se han de dar dentro del proceso de creación de una empresa es la elección de la forma jurídica. Para ello, es necesario definir qué factores determinan su elección. Resumiendo, podemos señalar los siguientes:

- **Tipo de actividad que se va a ejercer.** Tanto la actividad como el sector pueden obligar a adoptar determinadas formas jurídicas (banca, seguros, agencias de viaje y otros exigen por ley constituir una sociedad mercantil).
- **Número de participantes en el proyecto empresarial.** Dependiendo del número de integrantes de un proyecto, podemos hablar de empresas individuales o sociedades. Determinadas formas jurídicas exigen un número mínimo de socios (sociedades laborales y cooperativas).
- **Responsabilidad de los/as promotores/as.** Para la selección de la forma jurídica se debe elegir entre restringir la responsabilidad al capital aportado a la sociedad o afrontar el riesgo de responsabilizar el patrimonio personal y el social.
- **Relaciones que mantienen los/as socios/as entre sí.** Cabe la posibilidad de limitar la entrada de nuevos/as socios/as o de valorar simplemente la aportación económica.
- **Necesidades económicas del proyecto.** Influyen en la medida en que sea necesario aportar un capital social mínimo para determinados tipos de sociedad.
- **Aspectos fiscales de la empresa.** Se debe analizar el tipo de imposición fiscal al que están sometidas las actividades que realiza la empresa; asimismo, hay que valorar cómo repercuten fiscalmente los beneficios obtenidos en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Cada una de las formas jurídicas que el ordenamiento legal permite adoptar posee sus propias características y, por tanto, una serie de ventajas e inconvenientes en función del tipo de negocio que se pretende poner en marcha.

A continuación, se explican las principales características de las formas jurídicas más habituales.

A. EL/LA PROFESIONAL

Se denomina profesional a la entidad que se crea cuando una sola persona física es la única titular de una actividad, y ésta se considera actividad profesional en la normativa relativa al Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

Desde el punto de vista jurídico, el/la promotor/a de un proyecto que decide autoemplearse como profesional no está creando una empresa, sino que va a ejercer una profesión. Fuera del plano jurídico (el fiscal, el laboral, etc.), apenas existe diferencia entre un/a profesional y una empresa individual; es más, como ya veremos, presenta algunas ventajas.

No todas las actividades son susceptibles de ejercerse como profesional. Por ejemplo, una persona no podría desarrollar un proyecto para crear una imprenta como profesional, ya que tal actividad está incluida en el listado de actividades empresariales. No existe, por consiguiente, normativa alguna que regule esta figura, salvo la relativa a temas fiscales.

El/la profesional responde de sus actos en el ejercicio de su profesión con todos sus bienes (los afectos a la actividad y los personales) presentes y futuros, como cualquier otra persona física.

Podrían acogerse a esta forma jurídica, por ejemplo, las siguientes profesiones: abogados/as, agentes comerciales, artesanos/as, fisioterapeutas, odontólogos/as, psicólogos/as, etc.

B. LA EMPRESA INDIVIDUAL

Denominamos empresa individual a la entidad que se crea cuando una sola persona física es la única titular de una actividad, considerada actividad empresarial en la normativa relativa al IAE.

La empresa individual presenta el inconveniente, al igual que el ejercicio de la actividad como profesional, de que se responde con todos los bienes presentes y futuros, tanto los de la empresa como los personales.

Los ejemplos típicos de esta fórmula son los habitualmente conocidos como autónomos, en actividades como albañilería, carnicería, comercio al por menor, decoración, etc.

C. LAS SOCIEDADES CIVILES Y COMUNIDADES DE BIENES

Entendemos por sociedad civil aquélla que se rige para su funcionamiento por el Código Civil. Ahora bien, dependiendo de su actividad, podrá adoptar las formas establecidas en el Código de Comercio y se le podrán aplicar las normas de éste, siempre y cuando no contradiga lo dispuesto en el Código Civil.

Estas sociedades pueden tener personalidad jurídica siempre y cuando se eleven las condiciones de la sociedad a Escrituras públicas, aunque esta opción no es de práctica habitual por el coste que implica. Sólo en caso de que se aporten bienes inmuebles es de obligado cumplimiento este procedimiento.

Existen tres tipos de sociedades civiles: la sociedad civil en sí, la comunidad de bienes y la herencia yacente. Nos vamos a centrar en las dos primeras, que son las que tienen interés para el desarrollo de una actividad empresarial.

La sociedad civil

La sociedad civil es un contrato de sociedad por el que dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, con ánimo de partir entre sí las ganancias.

Sus principales características son:

- Es un contrato de sociedad, esto es, se constituye a través de un documento privado.
- Las aportaciones de los/as socios/as se integran en la sociedad.
- Responsabilidad solidaria e ilimitada de los/as socios/as entre sí.
- No tiene personalidad jurídica, ya que los pactos son secretos entre los socios/as, es decir, los contenidos del documento de constitución no se inscriben en ningún registro. Cada uno de los socios actúa en nombre propio frente a terceros.
- Se pueden aportar bienes o derechos sin límite de ninguna clase.
- Las pérdidas y las ganancias se distribuyen de acuerdo a lo pactado en el documento de constitución.

La comunidad de bienes

Las comunidades de bienes están formadas por varias personas que ostentan la propiedad y titularidad de una cosa o derecho indiviso.

- Es un contrato de sociedad, es decir, se constituye a través de un documento privado.
- Sólo puede ser de bienes o de derechos.
- Sus pactos se mantienen secretos entre los/as socios/as, y cada uno de los/as comuneros/as actúa en nombre propio frente a terceros; por tanto, la comunidad de bienes carece de personalidad jurídica propia.
- Es fundamental la aportación de bienes.
- A falta de otra prueba, las participaciones de los/as comuneros/as se presumen iguales.
- Los derechos y obligaciones de los/as comuneros/as son proporcionales a sus respectivas cuotas de participación.

Características comunes de las sociedades civiles y comunidades de bienes

- Ambas formas se constituyen mediante un documento privado firmado por los/as socios/as o comuneros/as, que incluye menciones muy similares a las de las sociedades mercantiles: socios/as, capital social, administradores/as, etc.
- No es necesario que este documento de constitución pase por la notaría ni por ningún registro, lo que supone un gran ahorro en gastos de constitución.
- Ambas formas jurídicas tienen un régimen de responsabilidad ilimitada y solidaria, es decir, que todos/as los/as socios/as son igualmente responsables, incluso con sus bienes personales.
- Las dos formas jurídicas, por no constituirse en Escritura Pública y no inscribirse en registro alguno, carecen de personalidad jurídica, es decir, la propia sociedad no actúa frente a terceros, sino que lo hacen los socios/as.

D. LA SOCIEDAD LIMITADA

Es una sociedad mercantil con un capital determinado, dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones; los/as socios/as no responden personalmente de las deudas sociales.

Características:

- Es una sociedad capitalista que funciona con un patrimonio propio integrado por las aportaciones de los/as socios/as, en la que el capital que posee “personalidad jurídica” se erige en pieza clave.
- Es una sociedad por participaciones.
- Es una sociedad de responsabilidad limitada en la que el/la socio/a responde exclusivamente por sus aportaciones al patrimonio social.
- El capital social no podrá ser inferior a 3.005,6 euros.

E. LA SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA

Esta nueva forma de empresa supone una modalidad de sociedad limitada y posee las siguientes características diferenciales:

- Número máximo de socios en el momento de constitución de 5, que han de ser personas físicas.
- Capital Social mínimo es de 3.012 euros y el máximo de 120.202 euros.
- El Objeto Social es genérico permitiendo flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.
- Posibilidad de constituir telemáticamente la empresa y de ahorrar tiempo al reducirse los plazos de algún trámite. Aún no se puede realizar la constitución telemática por estar en fase piloto en otras Comunidades Autónomas.

F. LA SOCIEDAD ANÓNIMA

La sociedad anónima es aquella sociedad mercantil (cualquiera que sea su objeto) cuyo capital, integrado por las aportaciones de los/as socios/as, está dividido en acciones transmisibles que atribuyen a su titular la condición de socio/a; éste/a disfruta del beneficio de la responsabilidad limitada frente a la sociedad, sin responder personalmente de las deudas sociales.

Características:

- Es una sociedad mercantil totalmente capitalista, es decir, tiene más importancia el capital que las personas que lo aportan.
- Es una sociedad de responsabilidad limitada.

- El capital social mínimo es de 60.101,21 euros y se debe desembolsar al menos un 25% en el momento de su constitución.
- El capital se divide en acciones sociales iguales, acumulables e indivisibles.
- Salvo que sea unipersonal, en el momento de la constitución debe tener un mínimo de 2 socios/as, personas físicas o jurídicas.

G. SOCIEDADES UNIPERSONALES ANÓNIMAS Y DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Son sociedades constituidas por un/a solo/a socio/a, bien desde su creación bien porque todas las participaciones han pasado posteriormente a ser propiedad de un/a único/a socio/a. Éste/a ejercerá las funciones de la Junta General y consignará los acuerdos en actas.

La unipersonalidad de una sociedad se hace constar en toda su documentación, correspondencia, notas de pedido y facturas, así como en todos los anuncios que tenga que publicar por disposición legal o estatutaria.

Cuando concorra la circunstancia de la unipersonalidad, ya sea originaria o sobrevenida, se tiene que otorgar escritura pública e inscribir en el registro. Si no se diera este último requisito en el plazo de seis meses, el/la socio/a unipersonal perderá el beneficio de la responsabilidad limitada.

H. SOCIEDADES LABORALES LIMITADAS Y ANÓNIMAS

Las nuevas sociedades laborales, de reciente regulación, se pueden constituir bajo la forma limitada o anónima. Su funcionamiento y regulación es exactamente igual que sus homónimas, salvo en las siguientes peculiaridades:

- El capital social está mayoritariamente en manos de los/as socios/as trabajadores/as.
- Ninguno de los/as socios/as puede poseer más de un tercio del capital social (33,3%).
- El número de trabajadores/as contratados/as que no sean socios/as no puede superar un determinado número de horas al año (aproximadamente un 25%).
- Deben destinar un 10% de sus beneficios a dotar una reserva que sirva para cubrir posibles pérdidas en años posteriores.

I. SOCIEDAD COOPERATIVA

La sociedad cooperativa es una asociación de personas físicas con capacidad legal para desarrollar una actividad. Su objetivo es proporcionar puestos de trabajo a los/as socios/as para producir en común bienes o servicios y venderlos a terceros.

En una cooperativa pueden existir diversos componentes:

- Socios/as cooperativistas. Serán como mínimo tres personas naturales que deben aportar la cantidad mínima obligatoria fijada en los estatutos.
- Asalariados/as. Son trabajadores/as contratados/as por la cooperativa. El número de trabajadores/as asalariados/as con contrato por tiempo indefinido no puede ser superior al 10% del total de los/as socios/as.
- El número de horas por año realizadas por trabajadores con contrato por cuenta ajena no podrá ser superior al 25% del total de las horas por año realizadas por los socios/as trabajadores/as.

Sus principales características son:

- El capital social mínimo es de 3.000 euros.
- Órganos de la sociedad: Asamblea General, Consejo Rector (Administradores), Interventores, Comité de Recursos y Consejo Social.
- Régimen fiscal. Tributan en el Impuesto sobre Sociedades con un tipo del 20%.
- Están exentas del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Tienen una bonificación del 95% en el Impuesto de Actividades Económicas y en el de Bienes Inmuebles de Naturaleza Rústica.
- Los socios cooperativistas pueden optar por el Régimen General de la Seguridad social o por el Especial de Trabajadores Autónomos. En cualquier caso, deberá ser el mismo para todos.
- Normativa reguladora en el País Vasco: Ley 1/82, de 11 de febrero (BOPV 19-7-93), modificada parcialmente por la Ley 1/2000 de 29 de junio (BOPV 1-8-2000).
- Existe un Registro especial de Cooperativas.

2. TRÁMITES NECESARIOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

Los trámites necesarios para poner en marcha una nueva empresa son los siguientes:

- Trámites para constituir la empresa. Creación de la entidad que desarrollará la actividad empresarial.
- Trámites para la puesta en marcha como tal, una vez constituida la sociedad, con el objeto de iniciar la actividad de la empresa.

A. TRÁMITES QUE SE DEBEN REALIZAR PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

En función de la forma jurídica que se adopte, los trámites son los siguientes:

PROFESIONAL	NIF (Suficiente con poseer el D.N.I.).
EMPRESARIO INDIVIDUAL	NIF (Suficiente con poseer el D.N.I.).
SOCIEDAD CIVIL / COMUNIDAD DE BIENES	Firma de documento privado (contrato de constitución de sociedad civil o comunidad de bienes), ITP, CIF.
SOCIEDAD MERCANTIL	Certificación negativa del nombre, otorgamiento de escritura pública, ITP, CIF, inscripción en el Registro Mercantil.
COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO	Certificación negativa del nombre, otorgamiento de escritura pública, ITP, CIF, inscripción en el Registro correspondiente de Cooperativas, calificación del proyecto de estatutos de cooperativas.
SOCIEDADES LABORALES	Certificación negativa del nombre, otorgamiento de escritura pública, ITP, CIF, calificación de sociedad laboral, inscripción en el Registro Mercantil.

Explicación de la naturaleza de cada trámite

Certificación negativa del nombre

Este trámite se realiza en el Registro Mercantil y trata de certificar que no existe ninguna otra empresa con la misma denominación social. Es un paso importante, puesto que la denominación social será el nombre que identifique a la empresa en la actividad mercantil.

Escritura pública

Se trata de un documento que recoge información sobre la empresa que vamos a constituir; además, posibilita que la sociedad adquiera personalidad jurídica propia tras su inscripción en el Registro Mercantil.

Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (ITP)

Este impuesto de carácter foral grava el transvase de capital que se produce de nuestro patrimonio al de la sociedad (capital social). En el caso de profesionales y de empresarios/as individuales no existe la obligación de aportar el capital a la empresa.

Código de Identificación Fiscal (CIF)

La realización de éste trámite en la Hacienda Foral nos permite obtener un código que sirva para identificar la empresa en todos los ámbitos de trabajo: laboral, fiscal y administrativo; es como si se tratase del DNI de la empresa. En el caso de profesionales y de empresarios/as individuales, el CIF será el NIF del titular de la actividad.

Registro Mercantil

Es un organismo de la Administración a través del que se realiza la inscripción de las sociedades mercantiles.

Calificación de Sociedad Laboral

En la Comunidad Autónoma del País Vasco, es el Gobierno Vasco quien otorga la calificación de que la sociedad limitada o anónima constituida tiene carácter laboral. Esta calificación se determina según los Estatutos que están suscritos por todos/as los/as socios/as en la Escritura Pública ante Notario.

Calificación del proyecto de Estatutos para Cooperativas

Se debe presentar un proyecto de Estatutos al Gobierno Vasco para obtener la calificación de Estatutos de Cooperativas.

Registro de Cooperativas

Cada Comunidad Autónoma dispone de un Registro de Cooperativas, cuyas funciones son las mismas que las del Registro Mercantil.

Otros trámites

Además de los trámites obligatorios para constituir los distintos tipos de empresas también podemos, de manera opcional pero muy recomendable, registrar los diferentes signos distintivos de la empresa: marcas de productos, marcas de servicios, rótulos de establecimiento, patentes y modelos de utilidad, nombre comercial y logotipo. Estos trámites se realizan en diferentes registros, bien en el de la Propiedad Industrial bien en el de la Propiedad Intelectual.

B. TRÁMITES QUE SE DEBEN REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

Los trámites que hay que seguir son los siguientes:

AYUNTAMIENTO	HACIENDA FORAL	SEGURIDAD SOCIAL	GOBIERNO VASCO
<ul style="list-style-type: none">- Alta en el IAE (según municipios: Bilbao)- Licencia de obras- Licencia de apertura- Licencia de actividad (en su caso)- Tasas municipales de aguas y basuras	<ul style="list-style-type: none">- Alta en el IAE (según municipios)- Alta en el censo de etiquetas e IVA- Legalización de los Libros	<ul style="list-style-type: none">- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social (si la empresa contrata trabajadores/as)- Alta en el Régimen de autónomos (menos los que se acogen a la Mutualidad de su colegio profesional)- Alta en el Régimen General (si posee el empresario trabajadores a su cargo)	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación de apertura del Centro de trabajo

EXPLICACIÓN DE LA NATURALEZA DE CADA TRÁMITE

- **Trámites de tipo municipal**

Alta en Actividades Económicas (IAE)

Se realiza para registro de la actividad que va a desarrollar la empresa.

Licencia de apertura

A través de este trámite, solicitamos al Ayuntamiento permiso para iniciar una actividad empresarial. Se trata de que el local donde vamos a desarrollar la actividad esté en condiciones y que, en su caso, cumpla la normativa para las actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas. Es un trámite obligatorio en todas las actividades.

Licencia de obras

Se solicita en el Ayuntamiento correspondiente para poder ejecutar las obras en el local donde se desarrollará la actividad empresarial, profesional o comercial.

Licencia de actividad

Para ejercer determinadas actividades, bien por su peligrosidad, sector económico al que pertenecen, etc. se debe solicitar esta licencia al Ayuntamiento correspondiente.

- **Trámites de tipo foral**

Censo de etiquetas e IVA

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad, que han de presentar a efectos fiscales los empresarios, profesionales y sociedades.

Legalización de los Libros

Libros en los que se deben reflejar las distintas operaciones empresariales. Según el régimen fiscal que compete a la empresa, se cumplimentarán dichos libros de una manera determinada.

- **Trámites de tipo laboral**

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Nos permite obtener el código cuenta de cotización, esto es, el número que va a identificar a nuestra empresa en todas nuestras relaciones laborales y Seguridad Social. Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones como paso previo al inicio de sus actividades. También hay que darse de alta en una Mutualidad de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales.

Alta en el Régimen de Autónomos

Es obligatorio el Régimen de la Seguridad Social para empresarios individuales, comunidades de bienes y sociedades mercantiles y laborales; es opcional para cooperativistas y profesionales con Mutualidad.

Alta en el Régimen General

Es el Régimen de la Seguridad Social para trabajadores por cuenta ajena. Tanto la filiación como la solicitud se deben realizar dentro de los siete días siguientes al inicio de la relación laboral.

Comunicación de apertura del centro de trabajo

Comunicación de la apertura del centro de trabajo o reanudación de la actividad, trámite que se realiza en el Gobierno Vasco.

Libro de visitas

Este libro estará a disposición de cualquier inspector de trabajo que acuda a nuestro domicilio social.

3. AYUDAS PARA PONER EN MARCHA UN PROYECTO

AYUNTAMIENTO DE BILBAO

LAN EKINTZA – BILBAO

Los/as beneficiarios/as de esta ayuda serán las personas o empresas con una idea de negocio o un proyecto empresarial que se ubique en el municipio de Bilbao.

Esta ayuda comprende:

- Asesoramiento personalizado.
- Subvención a fondo perdido de hasta 1.500 euros para gastos derivados del estudio de viabilidad.
- Taller de proyectos empresariales: espacio equipado para desarrollar los estudios de viabilidad.
- Subvención a fondo perdido para gastos de constitución y puesta en marcha de entre 1.800 euros y 6.000 euros, en base a la creación de puestos de trabajo, la inversión realizada, la incorporación de colectivos

con dificultades de inserción y la participación mayoritaria de mujeres en la empresa.

- Convenio de colaboración con entidades financieras para financiación preferente de proyectos.
- Acceso preferente a Enpresaldeak – Centros de Empresas.
- Convenio con el INEM para acceder a las ayudas por proyectos I+E: ayuda financiera, a la contratación y de asesoramiento técnico.

GOBIERNO VASCO

Ayudas para el Autoempleo

Los/as beneficiarios/as de esta ayuda son las personas pertenecientes a determinados colectivos que inicien una nueva actividad bajo la forma de autónomos, sociedades civiles y comunidades de bienes; además, deben realizar una inversión mínima de 1.202,02 euros por persona en los activos fijos subvencionables.

La ayuda consiste en una subvención de hasta 3.906,58 euros para proyectos individuales y de hasta 7.212,15 euros para comunidades de bienes.

Ayudas para emprender en economía social

El Gobierno Vasco cuenta con una ayuda para promover la creación de sociedades laborales y cooperativas, primando aquellas encuadradas en los nuevos yacimientos de empleo. La ayuda puede llegar hasta 3.000 euros por socio/a trabajador/a.

Apoyo a nuevas iniciativas empresariales

Dirigida a promotores/as de pequeñas y medianas empresas cuya actividad principal sea comercial y que se ubique en conjuntos urbanos donde se aplique el plan PERCO o que desarrollen su actividad únicamente por comercio electrónico.

La ayuda consiste en subvenciones no reintegrables del 20% sobre el proyecto con un máximo de 9.000 euros y reducción del coste financiero en operaciones de préstamo o arrendamiento financiero.

Ayudas a la inversión y a la creación de empresas turísticas

Dirigida a los proyectos de pequeñas y medianas empresas en el sector turístico y consistente en anticipos reintegrables para inversiones (construcción, rehabilitación, desarrollo de productos, ...) y para la elaboración del plan de viabilidad por profesionales independientes.

DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA

Los/as beneficiarios/as de las ayudas de la Diputación Foral de Bizkaia serán empresas de nueva creación de Bizkaia y personas físicas promotoras de pymes ubicadas en Bizkaia. Las diferentes ayudas se ofrecen desde:

- Dpto. de Promoción Económica. (programas Sustatu)
- Dema.
- Sociedad Pública Foral Beaz

La ayuda se concreta en:

- Ayuda al estudio de viabilidad y mercado, prototipos, campañas de lanzamiento, etc.
- Prima por constitución y puesta en marcha.
- Prima por inversiones.
- Locales

INEM – Ministerio de Trabajo

Ayudas al empleo autónomo

Los/as beneficiarios/as de esta ayuda son personas desempleadas inscritas en el INEM que quieran establecerse como autónomas.

Los conceptos subvencionables son:

- Ayuda financiera: ahorro de un máximo de 3.005,06 euros en intereses de préstamos concedidos por entidades financieras que tengan convenio con el INEM.
- Renta de subsistencia: cantidad a fondo perdido entre 1.502,53 y 3.005,06 euros condicionada a la concesión de la ayuda financiera, para menores de 25 años o para mayores de esta edad con al menos un año de antigüedad en el desempleo.
- Asistencia técnica.

Ayudas para el fomento del desarrollo local e impulso de los proyectos y empresas calificadas como I+E

Esta ayuda está dirigida a los proyectos empresariales promocionados y apoyados por una corporación local o Comunidad Autónoma con el fin de crear actividad económica y generar puesto de trabajo en el ámbito territorial.

Conceptos subvencionables:

- Subvención financiera
- Subvención de apoyo ala función gerencial
- Subvención por asistencia técnica
- Subvención por contratación indefinida de trabajadores/as.

Abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único

BBK GAZTE LANBIDEAN FUNDAZIOA

Esta fundación tiene como objetivo impulsar la creación de empresas por parte de jóvenes con motivación para trabajar por cuenta propia.

La ayuda se concreta en:

- Una financiación ventajosa y a la medida del proyecto (préstamos, líneas de crédito...).
- Ayudas a la contratación, si se contrata personal adicional a los/as socios/as de la empresa.

BULTZ-LAN CONSULTING

Esta sociedad ofrece un apoyo a los promotores de iniciativas empresariales que supongan una salida laboral estable para los mismos.

La ayuda se concreta en:

- Formación en las diferentes áreas técnicas y personales.
- Asesoría laboral, fiscal y contable.
- Apoyo para la obtención de financiación

AYUDAS PARA CREAR EMPRESAS EN OTROS MUNICIPIOS

Los/as emprendedores/as que decidan ubicar su empresa en otros municipios del Bilbao Metropolitano, pueden acceder a los servicios de otros organismos:

- Inguralde-Ayuntamiento de Barakaldo.
- Ayuntamiento de Getxo
- CEDEMI-Centro de Desarrollo Empresarial de la Margen Izquierda.
- Forlan en Muskiz
- Behargintzak a lo largo de la geografía vizcaína.

Para más información sobre esta materia consulta las subvenciones y direcciones Web que se presentan en el próximo capítulo.

D. ¿DÓNDE OBTENER INFORMACIÓN ÚTIL?**1. AGENDA DE DIRECCIONES**

ORGANISMO	DIRECCIÓN Y TELÉFONO	TIPO DE INFORMAC./SERVICIO
AYUNTAMIENTO DE BILBAO LAN EKINTZA-BILBAO	Uribitarte, 6 48001 BILBAO 94.420.53.20	- Información y asesoramiento inicial para la creación de empresas - Apoyo al desarrollo del proyecto empresarial y a la puesta en marcha de la empresa
AYTO. DE BILBAO Área de Economía y Hacienda	Plaza. Venezuela, 2 48001 BILBAO 94.420.42.00 94.420.45.00	- Impuesto de Actividades Económicas
AYTO. DE BILBAO Área de Urbanismo	Edificio Anexo Paseo Campo Volantín, 1 bis, 1ª pl. 48001 BILBAO 94.420.42.00 94.420.45.00	- Licencia de obras - Información sobre condiciones para apertura de un negocio
AYTO. DE BILBAO Registro General	Edificio Casa Consistorial Trasera 48001 BILBAO 94.420.42.00 94.420.45.00	- Licencia de apertura
GOBIERNO VASCO Dpto. de Justicia, Empleo y Seguridad Social	Gran Vía, 85 – 7º 48010 BILBAO 94.403.12.35/36	- Información sobre Ayudas del Gobierno Vasco - Información sobre Cooperativas y Sociedades Laborales - Comunicación de apertura centro de trabajo
GOBIERNO VASCO Delegación de Industria, Comercio y Turismo	General Concha, 23 48010 BILBAO 94.403.14.00/70	- Información sobre propiedad industrial - Registros o permisos especiales - Ayuda a la creación de empresas
GOBIERNO VASCO Servicio de Cultura	Gran Vía 85, p. baja 48011 BILBAO 94.403.16.50	- Información sobre propiedad intelectual
DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA Dpto. de Hacienda y Finanzas	Camino de Capuchinos, 2 48013 BILBAO 901.50.20.00	- Información tributaria (IVA, IRPF, I. Sociedades, ITP y AJD...)
DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA Dpto. de Promoción Económica y Dpto. de Promoción del Empleo	Obispo Orueta, 6 48009 BILBAO 94.406.73.00	- Ayudas a la creación de empresas - Información sobre distintas ayudas a la ubicación
MINISTERIO DE TRABAJO – INEM	Gran Vía, 50 48011 BILBAO 94.442.21.34	- Información sobre tipos de contrato y ayudas a la contratación - Ayudas a la creación de empresas
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	Gran Vía, 89-2º y 7º 48011 BILBAO 94.428.44.00	- Información general sobre la Seguridad Social

REGISTRO MERCANTIL DE BIZKAIA	Avda. Madariaga, 24 48014 BILBAO 94.475.48.00	- Solicitud de Certificación Negativa del Nombre - Inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil
BBK GAZTE LANBIDEAN FUNDAZIOA	José M ^a Olabarri, s/n 48001 BILBAO 94.424.38.91	- Financiación preferente
CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO	Alameda Recalde, 50 48008 BILBAO 94.470.65.00	- Servicio de información y tramitación - Bases de datos sobre empresas - Información empresarial
SPRI	Gran Vía, 35, 3 ^o 48009 BILBAO 94.403.70.00	- Proyectos industriales
EUDEL	Plaza del Ensanche, 5-bajo 48009 BILBAO 94.423.15.00	- Información sobre Behargintzak
INGURALDE	Aldapa, 3 A 48901 BARAKALDO 94.478.94.00	- Apoyo a la creación de empresas en Barakaldo
FORLAN	Polígono Industrial Santelices 48550 MUSKIZ 94.670.60.16	- Apoyo a la creación de empresas en Muskiz y Zona Minera
AYUNTAMIENTO DE GETXO	San Martín, 17 48990 GETXO 94.491.24.00	- Apoyo a la creación de empresas en Getxo
CEDEMI	Edificio Ilger Avda. Altos Hornos de Bizkaia, 8 48902 BARAKALDO 94.418.41.00	- Apoyo a la creación de empresas en Margen Izquierda y Zona Minera
BEAZ	Alameda Recalde, 18 48009 BILBAO 94.423.92.28	- Apoyo a proyectos innovadores
DEMA Enpresa Garapena	Barakaldo Elkartegia Fandería, 1 48901 BARAKALDO 94.418.90.55	- Apoyo a proyectos jóvenes enseñanzas medias, universitarios y titulados
BULTZ-LAN CONSULTING	Aretxabaleta, 1 – 2 ^o 48010 BILBAO 94.410.21.44	- Formación para la creación de empresas - Asesoramiento
IGÓN	Ripa,7 48001 BILBAO 94.435.99.00	- Apoyo a la creación de empresas por discapacitados
ONCE	Pérez Galdós, 11 48010 BILBAO 94.470.20.44	- Apoyo a la creación de empresas por personas con discapacidad visual
ICO	Entidades financieras 900 121 121	- Financiación preferente - Asistencia técnica al proyecto
ELKARGI	Plaza Circular, 4 - 2 ^o 480001 BILBAO 94.423.82.28	- Prestación de aval para la obtención de financiación

2. DIRECCIONES WEB

- **CREACIÓN DE EMPRESAS E INFORMACIÓN PARA EMPRESAS**

<http://www.bilbao.net/lanekintza>

Servicios Web de Lan Ekintza-Bilbao. De particular importancia para los/as nuevos/as emprendedores/as es el apartado BILBAO-NEGOCIOS.

<http://www.camerdata.es>

Enlace a todas las cámaras de comercio españolas con información sobre empresas españolas, áreas de información empresarial, ofertas comerciales y guía del empresario.

<http://www.ipyme.org>

Dirección general de política de la Pyme con temas de interés para la empresa ya constituida, cooperación empresarial, noticias y novedades.

<http://www.odiseaweb.com>

Información muy detallada para emprendedores/as que quieran crear una empresa; incluye foros, noticias, bibliografía, legislación, fiscalidad, etc.

<http://www.bbk-gaztelanbidean.org>

Recoge información útil sobre las ayudas que presta la BBK a las personas con proyectos de creación de empresas y los servicios financieros que ofrece esta entidad.

<http://www.redepyme.com>

Parque ferial on-line de la Escuela de Organización Industrial, que incluye: exposiciones de empresa por sectores de actividad, formación on-line y un palacio de convenciones que permite ver en directo las actividades organizadas como conferencias, coloquios, ...

- **MUJERES EMPRENDEDORAS**

<http://www.emprendedoras.com>

Esta web contiene una comunidad virtual de mujeres emprendedoras. Cuenta con un apartado de noticias y un boletín electrónico.

<http://www.mtas.es/mujer>

Página oficial del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en su apartado de mujeres con información para acceder a distintas ayudas para la puesta en marcha de empresas lideradas por este colectivo.

- **NEGOCIOS E-BUSINESS**

<http://www.aece.org>

Página de la asociación española de comercio electrónico. Ofrece información general sobre comercio electrónico como legislación, recursos, noticias, eventos, ...

<http://www.tiendasurbanas.com>

Revista de negocios en internet que trata temas como la elaboración del plan de negocio en internet, consejos para alcanzar el ciber-éxito, contratos de publicidad, ...

- **INSTITUCIONES PÚBLICAS**

<http://www.bde.es>

Informes sobre la legislación española, boletines económicos, noticias y estadísticas económicas, Banco Central Europeo y Unión Monetaria Europea.

<http://www.euskadi.net>

Incluye información institucional del Gobierno Vasco: boletines oficiales, formación y empleo, innovación y tecnología, economía, turismo y cultura, infraestructuras y logística y noticias.

<http://www.eragintza.net>

Acceso a las ayudas de los Departamentos de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, así como a la guía Delfos, que recoge ayudas de otros departamentos del Gobierno Vasco y otras administraciones.

<http://www.bizkaia.net>

Información sobre todos los Departamentos de la Diputación Foral de Bizkaia, incluidos Hacienda y Promoción Económica y Promoción del Empleo, donde se pueden encontrar los trámites forales y las ayudas que ofrecen al empresariado.

- **TRÁMITES ADMINISTRATIVOS**

<http://www.bilbao.net>

Se pueden solicitar los impresos para solicitar el alta en el Impuesto de Actividades Económicas, pero para gestionarlo hay que acercarse a las oficinas del Area de Economía y Hacienda del Ayuntamiento de Bilbao.

<http://www.seg-social.es>

Se pueden hacer las altas y bajas de trabajadores/as y modificación de los datos de los trabajadores. Para realizar esta operación es preciso solicitar una autorización a la Dirección Provincial de la Seguridad Social, que entrega un software para hacer estas gestiones.

<http://www.rmc.es>

Se puede realizar el trámite completo de obtención de la Certificación negativa de la denominación social del Registro Central de Madrid.

<http://www.oepm.es>

Para realizar el registro de patentes y marcas se bajan de Internet los impresos a rellenar, pero se entregan en el Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco.

<http://www.bideratzen.com>

Servicio de ventanilla única de la Cámara de Comercio donde se informa de los trámites a realizar para crear una empresa además de proporcionar los impresos para su realización. La Cámara de comercio ofrece también un servicio de ventanilla única para la realización de dichos trámites.

- **REVISTAS Y PRENSA ECONÓMICA**

<http://www.cincodias.es>

Periódico *Cinco Días* en la red: información de empresas, finanzas, economía, legislación, mercados, fondos y opinión económica.

<http://www.hachette.es/emprende>

Revista Emprendedores en la red con una periodicidad mensual y contenidos referidos a claves de economía y empresa.

<http://www.negocios.com>

El Grupo Negocios nos ofrece la oportunidad de ver de forma gratuita la edición resumida de la *Gaceta de los Negocios*: información financiera y empresarial.

<http://www.recoletos.es/expansion>

Compañía editorial donde se puede consultar información referente a las revistas Expansión, Expansión Financiera y Actualidad Económica.

3. BIBLIOGRAFÍA DE INTERÉS

- **ANÁLISIS DE MERCADOS**

DUBOIS, Bernard: Comportamiento del consumidor, Prentice Hall, 1998

Explica el comportamiento del consumidor durante el proceso y la dinámica de la compra. Es una referencia dentro del estudio del comportamiento del consumidor.

- **AYUDAS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS**

SPRI: Guía DELFOS 2001

Recoge el apoyo público a las empresas de la Comunidad Autónoma del País Vasco. No está editada en papel. Se puede acceder a ella a través de:
<http://www.ej-gv.net>

CEBEK: Manual de ayudas a las empresas de Bizkaia, CEBEK, 2001

Recopilación de las ayudas a las que puede acceder una empresa ubicada en Bizkaia.

- **ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO**

OLAMENDI, Gabriel: Cómo crear una empresa y triunfar en el intento, Gabriel Olamendi, 1998

Consejos para crear una empresa desde el punto de vista de la planificación.

SPRI: Diez pasos para crear una empresa, SPRI, 2000

Manual de consulta para que emprendedores/as analicen las posibilidades de viabilidad de su empresa, antes de ponerla en marcha.

RUBIO, I: Emprender con éxito II. Action learning, 1999

Permite aprender de la experiencia de los autores expuesta a través de un extracto de sus conferencias sobre creación de empresas.

SCHMITT Bernd y SIMONSON Alex: Marketing y estética, Ed. Deusto, 1997

Obra recomendada para cualquier empresa de cualquier sector. Describe la forma en la que una empresa puede hacer atractiva la identidad de marca.

- **FRANQUICIAS**

TORMO y ASOCIADOS: Guía de franquicias, Gestión 2000, 2001

Base de datos de todas las franquicias que operan en España: información sobre el franquiciador, información legal y contractual, datos económicos y estadísticos, ferias, etc.

- **E-BUSINESS**

BURGOS, Daniel y DE LEÓN, Luis: Comercio electrónico y publicidad en Internet, Mc Graw-Hil, 2001

Analiza de forma comparada y práctica los conceptos y las bases para el comercio electrónico, la publicidad y el marketing interactivo. Muestra las claves para trabajar eficazmente estos conceptos en Internet.

BIRKWOOD, Peter y HURLEY, Brian: Cómo hacer negocios en Internet, Ed.Deusto, 2000

Análisis completo de las diversas herramientas existentes para el inicio y desarrollo de un negocio basado en Internet. Informa además de oportunidades de negocio en esta área.

* ANEXO

GLOSARIO

- ◆ **Actividad empresarial:** Actividad susceptible de generar rendimientos a las personas o entidades que la llevan a cabo. Puede ser de tipo profesional o empresarial.
- ◆ **Capital social:** Conjunto de las sumas o de los bienes valorados que los socios de una sociedad aportan a ésta, para desarrollar su actividad lucrativa y responder de sus obligaciones.
- ◆ **Cliente:** Persona o empresa que utiliza con asiduidad los servicios de una empresa.
- ◆ **Cobros:** Entradas de dinero en las cuentas de una empresa procedentes de la prestación de servicios o venta de productos de la empresa.
- ◆ **Competencia:** Empresas que ofrecen en el mercado servicios o productos iguales o similares a los nuestros.
- ◆ **Demanda:** Interés que existe en el mercado de un determinado servicio o producto.
- ◆ **Emprendedor/a:** Persona que acomete o comienza un negocio. También se suele denominar promotor/a.
- ◆ **Empresa:** Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad.

- ◆ **Estudio de mercado:** Análisis que trata de estudiar quién es nuestro cliente potencial, analizando cuáles son sus características (edad, sexo, capacidad adquisitiva, formación intelectual), sus gustos y preferencias, escala de valores, hábitos, etc., a través de técnicas concretas (encuestas, entrevistas, mercados de prueba, etc.). Para que el estudio sea completo debe incluir, asimismo, un análisis de la competencia.
- ◆ **Estudio de viabilidad económico-financiera:** Estudio que permite conocer las posibilidades reales que tiene una empresa de ser rentable a medio plazo y detectar las dificultades o carencias a las que se tiene que enfrentar en ese período de tiempo.
- ◆ **Ingresos:** Facturaciones que realiza la empresa por venta de productos o prestaciones de servicios.
- ◆ **Innovación:** Capacidad para aportar una respuesta original y eficaz a una necesidad, en términos de producto, proceso o método.
- ◆ **Inversión:** Cantidad de elementos patrimoniales, materiales e instalaciones que se ha de incorporar a una empresa para que pueda desarrollar su actividad de una forma efectiva, desde el mismo instante en que entra en funcionamiento.
- ◆ **Gastos:** Costes de las adquisiciones de servicios y/o compra de materias necesarias para la normal actividad de la empresa.
- ◆ **Marketing:** Análisis, organización, planificación y control de recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente, con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos, obteniendo con ello un beneficio.
- ◆ **Pagos:** Salidas de dinero de las cuentas de la empresa correspondientes a los gastos realizados.

- ◆ **Plan de negocio:** Herramienta fundamental para planificar el desarrollo del proceso de creación de una empresa en todos sus aspectos, de forma que la elaboración ordenada de todos sus puntos permita clarificar las acciones encaminadas a poner dicha empresa en funcionamiento.

- ◆ **Producto:** Bien o servicio con valor económico que genera una empresa y que constituye la base de su actividad.