

TEMA 56: *El proceso de creación de una pequeña empresa. Localización de la empresa. Estudio del mercado y análisis de sector. Elección de la forma jurídica. Plan de viabilidad económica. Trámites legales para la constitución y puesta en marcha. Subvenciones.*

Esquema:

- 1.- Introducción.
- 2.- El proceso de creación de una pequeña empresa.
- 3.- Estudios de mercado y análisis del sector.
- 4.- Localización de la empresa: concepto y factores determinantes.
- 5.- Elección de la forma jurídica de la empresa.
- 6.- Plan de viabilidad económica y financiera
 - 6.1.- Plan de inversión y financiación.
 - 6.2.- Previsión de ingresos y gastos.
 - 6.3.- Presupuesto de tesorería.
 - 6.4.- El punto muerto.
 - 6.5.- El período medio de maduración.
 - 6.6.- Rentabilidad de la inversión.
- 7.- Trámites legales de constitución y puesta en marcha de la empresa.
- 8.- Subvenciones.
- 9.- Algunas ideas a tener en cuenta por un emprendedor.
- 10.- Conclusiones.
- 11.- Referencias bibliográficas y documentales.

1.- INTRODUCCIÓN

La creación de una pequeña empresa puede ser causada por una necesidad o por un deseo, pero siempre generará una gran ilusión y esperanza para el que lo intenta. La situación de desempleo, con regulaciones de plantilla en muchas empresas, quedándose sin trabajo

personas que por su edad tienen difícil volver a encontrarlo ha hecho que muchos intentasen la vía del autoempleo, creando pequeñas empresas y en algunos casos microempresas. En otras circunstancias es el carácter emprendedor de la persona, en ocasiones rebelde, lo que le hace sentir la necesidad de llevar a la práctica las ideas que le surgen de negocio. En cualquier caso, como antes indicaba, la ilusión es común a ambas situaciones.

Pero la creación de una empresa requiere de una idea, planificación, valoración, medios... En muchas ocasiones el fracaso de un proyecto de empresa viene dado por creer que con tener una buena idea basta. No es así, incluso esa idea que creemos maravillosa necesita de una previa contrastación antes de llevarla a cabo.

En cuanto a nuestra intervención como docentes, profesores de F.O.L, debemos desempeñar una labor de incentivación en el alumno, de que sea capaz de descubrir si tiene habilidades para ello... y dotarle de instrumentos que le permitan, si se decide a ser emprendedor, saber utilizar los medios adecuados para triunfar.

2.- EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA

El comienzo de toda iniciativa empresarial tiene un punto de partida: la idea de empresa o de negocio. Pero, el tener una idea no quiere decir que vayamos a crear una empresa. Primero comprobamos que esa idea es posible llevarla adelante con éxito, para lo que debemos ir a una fase "de laboratorio" en la que trataremos de ver si esa idea es o no una oportunidad de negocio. Esta fase tiene dos etapas:

- a) Valoración de la idea, que podemos hacer a través del denominado test de la idea. Consiste en unas preguntas que nos hacemos sobre compradores, productos o servicios, competidores, reacción de la competencia y de los usuarios...
- b) Contrastar esa idea con otras personas. Aquí podemos utilizar varias alternativas:
 - 1) Personas comprometidas con la idea (ej.: socios)
 - 2) Personas con experiencia.
 - 3) Asociaciones de empresarios, Cámaras de comercio...
 - 4) Consumidores.

Una vez superada esta fase, la siguiente es el desarrollo de la idea. Hay que realizar una descripción con todo detalle de lo que es el producto o servicio que queremos introducir en el mercado.

Es preciso seleccionar su área de negocio, identificarlo comercialmente, calibrar las novedades y ventajas que aporta, conocer dónde reside su atractivo y establecer las necesidades que pretende cubrir. El producto o servicio hemos de diseñarlo y describirlo hasta el último detalle.

Contrastada la idea y diseñado el producto/servicio debemos elaborar un documento denominado "plan de empresa" que recoge y desarrolla la idea con detalle, de forma clara y sintética. Debe recoger al menos:

- a) Resumen del documento; con los objetivos y factores fundamentales para el éxito.
- b) Empresa; su forma jurídica, gastos iniciales y su financiación, local en alquiler o propiedad...
- c) Producto o servicio a producir o prestar, comparación con los de la competencia; precisar si necesita de alguna legislación especial, proceso de producción y costes que tiene.
- d) Análisis del mercado. Estudiar la oferta y la demanda por segmentos, viendo el posible crecimiento, tamaño de los competidores, clima de negocio, clientes potenciales, estrategias...
- e) Plan comercial. Determinar los siguientes factores:
 - 1) Producto: definir las características o complementos añadidos para diferenciarlo positivamente de lo ofrecido por la competencia.
 - 2) Precio de venta. Es fundamental conocer el precio psicológico.
 - 3) La distribución: ¿cómo ponemos el bien a disposición del cliente?
 - 4) La comunicación: ¿cómo damos a conocer el bien?
 - 5) Atención al cliente; antes, durante y después de la venta.
- f) Plan de personal: número de puestos de trabajo y perfiles profesionales de los que los ocuparán.
- g) Plan financiero: balance inicial, análisis del punto de equilibrio, previsiones de la cuenta de pérdidas y ganancias, cash flow y previsión del balance durante los tres primeros años.

3.- ESTUDIOS DE MERCADO Y ANÁLISIS DEL SECTOR

Cualquier empresa ha de actuar en un mercado, por lo que realizar un estudio previo del mismo es fundamental. Diferenciaremos las estimaciones, los datos necesarios y el análisis de la competencia.

Estimaciones

Una herramienta útil para realizar nuestras estimaciones es la llamada matriz DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

Consiste esta técnica en la representación gráfica de las amenazas y oportunidades para la empresa, comprobando fortalezas y debilidades de la misma. Permite comparar las distintas alternativas como estrategias viables para escoger la que se crea más conveniente. Su realización es como muestra el cuadro adjunto.

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategias F/O	Estrategias D/O
Amenazas (A)	Estrategias F/A	Estrategias D/A

Esta matriz nos ofrece cuatro alternativas:

- a) Estrategias F/O: usan las fortalezas detectadas para aprovechar las oportunidades que se presentan.
- b) Estrategias F/A: Se evitarían las amenazas con las fortalezas.
- c) Estrategias D/O. Se superan las debilidades aprovechando las oportunidades.
- d) Estrategias D/A: Se busca reducir las debilidades y eludir las amenazas.

Datos

Los datos que debemos conocer son:

- a) Tamaño del mercado y de las empresas que actúan en el mismo, para conocer la situación y ante quién nos enfrentamos.
- b) Evolución del sector; sirve para detectar oportunidades y amenazas.
- c) Fragmentación del mercado. Debemos conocer si el mercado está muy fragmentado y alguna empresa ejerce algún tipo de liderazgo.
- d) Estacionalidad. La variación excesiva de la demanda según las épocas del año supone un factor de riesgo para la empresa.
- e) Posible normativa legal que limite actuaciones en ese mercado.
- f) Canales de distribución en el sector. Intentaremos a través de este análisis detectar posibles ventajas comparativas con la competencia.
- g) Barreras de entrada y salida en ese mercado.

Análisis de la competencia

Respecto de la competencia, los datos fundamentales a analizar son:

- a) ¿Quiénes son y cómo son?. Nos permite saber cuáles van a ser nuestros competidores y sus formas de actuar en el mercado.
- b) ¿Cuánto venden?. Es decir que representan en ese mercado.
- c) Productos y servicios que comercializan. Nos permite saber si están diversificados, usos alternativos de los bienes,...

- d) Las políticas de precios que sigue cada competidor.
- e) Promoción y publicidad que realizan las empresas del sector, para analizar su eficacia y los métodos que utilizan.
- f) Localización de los competidores, para buscar algún tipo de ventaja.
- g) Estimar las posibles reacciones de la competencia ante nuestra aparición en el mercado para poder planificar como contrarrestarlas.
- h) Comparar ventajas y desventajas de nuestro producto con los de la competencia y analizar estrategias de penetración en el mercado.

Realizado el estudio de mercado la empresa debe decidir sobre como posicionarse en el mismo. Una técnica a aplicar es el benchmarking. Fue introducida por la Xerox Company en 1979 y lo define como "un proceso continuo de medir y comparar nuestros productos, servicios y prácticas con los de los líderes de sus respectivas funciones". Ferry Taylor (director de Rover Reino Unido) lo definió como "una medición de nuestro producto, servicio o práctica en comparación con nuestros más eficaces competidores o con aquellas empresas afirmadas como líderes sectoriales". En definitiva consiste en estudiar a los líderes y aprender sus mejores prácticas tratando de adaptarlas y mejorarlas. No siempre es posible salir al mercado con una idea original, por lo que adoptar una posición de aprender de los mejores suele ser coherente y rentable.

Esta técnica empezó a ser aplicada en Japón. Conocida es la historia del desarrollo de la industria relojera de este país.

4.- LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización es la ubicación física elegida por el empresario para su empresa. Esta es una de las decisiones capitales al crear una empresa, debiendo decidir si centralizamos o descentralizamos esa ubicación, la ordenación en la distribución de productos, elección de proveedores, dimensión, etc.

Los principales factores determinantes en la localización de una empresa son:

- a) El/los mercado/s de consumo.
- b) Las posibilidades de abastecimiento de materias primas, energía, mano de obra...; su transporte, características, precios, etc.
- c) La distribución de los productos o servicios que producimos.
- d) Características y precio del terreno. Son muy importantes accesos e infraestructuras que pueda haber. Por ej.: "parques tecnológicos".
- e) Las posibilidades de obtención de capital.
- f) Factores de tipo jurídico, fiscal o social.

- g) El ambiente. Así por ejemplo no será igual si queremos crear una empresa industrial o del sector de hostelería.

5.- ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

Los promotores de un proyecto empresarial deben tomar, entre otras, la decisión sobre la forma jurídica de la empresa. Las consecuencias de esta decisión son de responsabilidad patrimonial, de participación en la gestión, de toma de decisiones, fiscales, etc.

Los factores que a considerar para esta elección son:

- a) El tipo de actividad a ejercer. Hay sectores que exigen una forma jurídica determinada.
- b) Número de personas que participan en el proyecto empresarial. Puede ser un proyecto individual o colectivo, y si es colectivo pueden participar más o menos personas por lo que condicionarán el tipo de sociedad a constituir.
- c) La responsabilidad de los promotores. Estaría en función del riesgo patrimonial que los promotores estuviesen dispuestos a asumir.
- d) La forma de distribución del poder y la participación en la gestión de la empresa.
- e) Las necesidades económicas del proyecto. La forma social, aquí, vendría condicionada por el número de socios necesario para constituir el capital y por la magnitud de dicho capital.
- f) La fiscalidad. Las diferentes formas jurídicas condicionan los impuestos que hemos de asumir y los tipos a pagar. Por ejemplo, el empresario individual tributará en el IRPF, mientras que la sociedad lo hará en el Impuesto de sociedades. Aunque ambos impuestos definen de forma análoga la base imponible de los rendimientos empresariales.
- g) Las subvenciones. En ocasiones vienen vinculadas a la forma jurídica de la empresa. Así las sociedades denominadas de economía social (cooperativas y sociedades laborales) tienen un mejor tratamiento.

Vistos los factores que determinan la elección de la forma jurídica de la empresa, hay que decir que estas formas son tres básicamente:

- 1) Empresario individual. Cuando la empresa se constituye como persona física, por un solo individuo que ejerce la actividad en nombre propio. El empresario individual tiene una responsabilidad ilimitada, la organización administrativa y de la actividad está sometida a su libre albedrío. La ley le impone las obligaciones de llevar los libros contables, emitir y guardar facturas, conservar

correspondencia, documentos y justificantes concernientes a su negocio.

- 2) Sociedades civiles. Se constituyen mediante un contrato por el cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria con ánimo de partir entre sí las ganancias, tal como define esta modalidad contractual el Código Civil. La responsabilidad de los socios es ilimitada y subsidiaria.
- 3) Empresario social (incluimos, aquí el resto de sociedades mercantiles). Cuando la empresa se constituye como persona jurídica, por uno (sociedades unipersonales) o varios individuos. La forma más típica es la Sociedad de responsabilidad Limitada (el 90% de las sociedades que se constituyen en España, aproximadamente, revisten esta forma jurídica). Otras sociedades son, la colectiva, comanditaria por acciones, comanditaria simple, sociedades anónimas, sociedades limitadas laborales, sociedades anónimas laborales y sociedades cooperativas. De ellas hablamos en el tema 46. Es la Sociedad de responsabilidad limitada la más aconsejable para la pequeña y mediana empresa por necesitar solamente un capital inicial de 500.000 ptas.; mientras la Sociedad anónima lo es para mayores inversiones al requerir un capital mínimo de diez millones y tener mayores facilidades para la compra y venta de acciones.

6.- PLAN DE VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

Un proyecto para ser viable necesita disponer de los medios financieros necesarios (plan de financiación), para ser invertidos en unos recursos materiales (plan de inversión) que permita desarrollar las operaciones para ofrecer unos productos y servicios al mercado (plan de ingresos y gastos y plan de marketing) que generen unos flujos monetarios (plan de tesorería) que permitan al empresario obtener unos beneficios que compensen el esfuerzo y dinero invertidos y el riesgo asumido.

6.1.- Plan de inversión y financiación

Invertir supone inmovilizar recursos financieros para generar fondos en el futuro. Pero, también, en el día a día la empresa necesita fondos para realizar sus operaciones corrientes.

Luego habrá que diferenciar entre una financiación a largo plazo o de la estructura de la empresa y una financiación a corto plazo o del circulante.

Las cuestiones que en este punto debemos plantearnos son:

- Inversiones a realizar y valoración de los activos a adquirir.
- Recursos financieros necesarios.
- Estructura de esos recursos financieros, es decir relación entre fondos propios y fondos ajenos.

Un programa de inversiones debe recoger los activos necesarios para la realización de las operaciones, su precio y el momento de adquisición. Valorando la inversión necesaria, estableceremos el capital a aportar por los socios, las posibles subvenciones y los créditos necesarios para financiarla. La financiación debe contemplar las necesidades a largo y corto plazo, debiendo destinar una parte de la financiación a largo para parte del circulante; es el denominado fondo de maniobra.

6.2.- Previsión de ingresos y gastos

Las estimaciones de ingresos se basan en las previsiones de ventas y de precios. Esto lo deduciremos del entorno y del análisis del mercado y del sector. Lo normal es establecer varias hipótesis que solemos denominar pesimista, normal y optimista, tanto para las cantidades a vender como para los precios.

En función del plan de ventas calculamos los gastos comerciales, de administración, de producción y financieros en que incurrirá la empresa para alcanzar los objetivos. A su vez, una adecuada clasificación de los gastos nos permite realizar un análisis de los costes unitarios de los productos que sirve para conocer los márgenes de cada uno y tomar decisiones de posicionamiento en mercados e inversiones.

6.3. - Presupuesto de tesorería

En este documento recogemos las previsiones de cobros y pagos de la empresa (cash flow). Sirve para analizar los posibles desfases de tesorería y busca formas de financiación de los mismos. La previsión de tesorería es un elemento a tener en cuenta en decisiones como formas de pago y cobro que vamos a utilizar, posibles descuentos a clientes, diversificación de productos o mercados, nuevas inversiones, etc.

Este documento financiero previsional se elaborará al menos cada mes. Es muy importante tener en cuenta que los saldos de caja no coinciden con los resultados contables; ya que éstos se elaboran con base en los costes e ingresos y los saldos de caja con los cobros y pagos.

Una falta de liquidez para hacer frente a los pagos en un determinado momento es lo que se denomina "suspensión de pagos".

6.4.- El punto muerto

También llamado umbral de rentabilidad, nos indica qué volumen de ventas iguala ingresos y costes. Es importante conocer el punto muerto porque al hacer nuestra estimación de ventas puede ocurrir que veamos la necesidad de financiación adicional al no llegar en los primeros años a ese punto, lo que supondría acumular pérdidas.

6.5.- El período medio de maduración

Se denomina así, al tiempo que transcurre desde que la empresa invierte la primera unidad monetaria en el proceso productivo, hasta que es recuperada una vez que se vende el producto o servicio y se cobra. Conocerlo es conveniente para planificar las necesidades de financiación en el corto plazo y analizar el fondo de maniobra.

6.6.- Rentabilidad de la inversión

Lo que nos interesa en este punto es analizar la viabilidad de la inversión y seleccionar la mejor alternativa. Tradicionalmente, utilizamos tres métodos: el pay-back, el VAN y el TIR

Pay-back

Llamado también período de recuperación, es el tiempo que tarda en recuperarse una inversión. No nos mide la rentabilidad en sí, sino la liquidez del proyecto, es decir el tiempo que tardamos en recuperar lo invertido. Es una medida del riesgo económico de la inversión asociado al factor tiempo. Para calcularlo se suman los fondos que se generan cada año hasta que se igualen a los fondos comprometidos. Un proyecto es tanto más líquido cuanto menor sea su período de recuperación. El pay back debe ser, en el análisis de una inversión, un factor restrictivo que complementa el estudio de rentabilidad de la misma, debiendo en este caso el emprendedor decidir el número de años máximo para recuperar la inversión y hacerlo en función del tipo de inversión, de las fórmulas posibles de financiación, de la situación de los mercados...

Valor actual neto (VAN)

Se define como el valor actual de los flujos de caja descontada la inversión inicial. Cuanto mayor sea el VAN más rentable es la inversión. Siendo los cash flow anuales: Q_1, Q_2, \dots, Q_n , la inversión inicial A y K la tasa de interés que podríamos conseguir por otra inversión alternativa (por ejemplo un fondo de inversión), tendremos que:

$$VAN = -A + Q_1 \times (1+K)^{-1} + Q_2 \times (1+K)^{-2} + \dots + Q_n \times (1+K)^{-n}$$

Tasa interna de rentabilidad (TIR)

También denominada tasa interna de retorno, mide la rentabilidad relativa de una inversión y se calcula como la tasa que hace el VAN cero.

Es decir lo que nos mide es qué tasa de rendimiento tiene la inversión. Si la tasa de rendimiento que nos da es superior al tipo de interés del dinero en el mercado de capitales, la inversión puede ser aconsejable, en caso contrario quiere decirse que obtenemos una rentabilidad inferior a la que podríamos obtener colocando nuestro dinero en el mercado de capitales, por lo que en general desecharemos la inversión.

La fórmula para obtener el TIR sería:

$$Q_1(1+K)^{-1} + Q_2(1+K)^{-2} + \dots + Q_n(1+K)^{-n} - A = 0$$

Por o general, lo que nos marcaremos es un TIR (K) mínimo a partir del cual la inversión la llevaríamos adelante.

Debemos siempre comparar el TIR con la rentabilidad que obtendríamos en los mercados de capitales, teniendo en cuenta el riesgo asumido y las posibles expectativas de la inversión a más largo plazo, así como alternativas que nos pudiese ofrecer.

7.- TRÁMITES LEGALES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

En este punto hemos de diferenciar entre empresario individual (persona física) y sociedad mercantil.

Empresario individual

Los requisitos que debe cumplir son los de ser mayor de edad y disponer libremente de nuestros bienes.

Los trámites de constitución y puesta en marcha que debe realizar son:

- a) Declaración censal de alta de actividad. Consiste en declarar, en el impreso oficial correspondiente, el alta o modificación de actividad. Se realiza en las delegaciones de Hacienda y además del impreso relleno debe adjuntarse fotocopia del DNI.

- b) Alta en el Impuesto de Actividades Económica (I.A.E.). Supone darse de alta en el epígrafe de la actividad que va a desarrollarse. A pesar de ser un impuesto local su tramitación se hace en el mismo lugar que el anterior. Debe darse de alta en tantas actividades como vaya a realizar.
- c) Declaración de la Renta de las personas físicas. Supone darse de alta en alguno de los regímenes de este impuesto para profesionales o actividades empresariales. Los regímenes en que puede inscribirse son el de estimación directa, estimación objetiva y estimación simplificada. En el caso de venir obligado a retener en este impuesto debe darse de alta como retenedor del mismo.
- d) Declaración de alta en el impuesto sobre el valor añadido (IVA). Existen tres regímenes; el general, el simplificado y el de recargo de equivalencias.
- e) Alta en el régimen especial para trabajadores autónomos en la Seguridad Social.
- f) Inscripción como empresario en la Seguridad Social, en el caso de contratar a trabajadores.
- g) Afiliación y alta de los trabajadores en la Seguridad social. Hay que saber que el trabajador ha de estar dado de alta en el momento de empezar a trabajar, no existe ningún plazo, como antes.
- h) Registro de los contratos de los trabajadores en el INEM o notificación de dicha contratación. Existe un plazo de diez días desde que comenzó a trabajar el trabajador.

Sociedades mercantiles

Los trámites fundamentales son:

- a) Certificación negativa de nombre. Es un certificado que da el Registro Mercantil de que no hay ninguna sociedad registrada con esa razón social. La certificación expedida vale por dos meses y la reserva de nombre se hace por quince meses. Se solicita mediante instancia en la que consta el nombre elegido y otros dos más.
- b) Peritaje de las aportaciones no dinerarias. Sólo en el caso de sociedades anónimas y elaborado por peritos independientes nombrados por el Registro Mercantil.
- c) Elaboración de estatutos. Suele realizarlo un despacho de abogados y su precio mínimo será de 30.000 ptas.
- d) Depósito del capital social en un banco o Caja de Ahorros. La entidad de crédito facilita un resguardo del ingreso. El Plan de Agilización y Simplificación Normativa para la competitividad de la PYME ha suprimido la obligación de presentar el certificado de desembolso de capital.

- e) Otorgamiento de escritura pública ante notario. Es el acto celebrado ante notario que eleva a público el contrato de sociedad.
- f) Declaración censal y obtención del CIF. Es la declaración previa al inicio o modificación de actividad y permite solicitar el CIF. En ella comunicamos a Hacienda los datos de identificación de la sociedad, su situación tributaria y las obligaciones tributarias al comenzar la actividad.
- g) Alta en el impuesto de actividades económicas (IAE). Exactamente igual que para los empresarios individuales. Es necesario el CIF.
- h) Autoliquidación y pago del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados. Es un impuesto autonómico y grava la transmisión de patrimonio de los socios a la sociedad. Una sociedad mercantil debe pagar el 1% del capital social. El devengo se produce el día que se formalice el acto sujeto a gravamen y el pago en el plazo de treinta días desde el otorgamiento de escritura pública.
- i) Alta en el impuesto de sociedades. A diferencia del empresario individual que tributa en el IRPF, por los rendimientos que obtiene de su actividad empresarial, la sociedad debe tributar en el impuesto de sociedades.
- j) Alta en el IVA. Puede tener diferentes actividades sujetas a diferentes tipos de IVA.
- k) Diligencia de presentación de libros en el Registro Mercantil.
- l) Inscripción de la empresa en Hacienda como retenedora de IRPF.
- m) Inscripción de la empresa en la Seguridad Social. Siempre que se vaya a efectuar contratación de trabajadores. Debe elegirse mutua para la cobertura de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
- n) Alta de trabajadores en la Seguridad Social.
- o) Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos de la seguridad social de los miembros del consejo de administración o de los administradores si no forman parte del consejo.
- p) Registro de los contratos de los trabajadores en el INEM o comunicación de los mismos. Igual que para el empresario individual.
- q) Apertura de centro de trabajo. Comunicación de la apertura del centro de trabajo, adquiriendo y sellando los libros de visitas y de matrícula de trabajadores ante la Dirección Provincial de Trabajo.
- r) Inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil. Se necesita para ello la escritura de constitución y el justificante de pago del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.

En el caso de sociedades cooperativas y sociedades laborales hay algunas variaciones respecto a lo dicho por las demás sociedades mercantiles, a saber:

- a) La certificación negativa de nombre se solicita en el registro de Cooperativas de la Dirección General de Cooperativas y Sociedades Laborales.
- b) Celebración de asamblea constituyente en el caso de las sociedades cooperativas. La celebran los promotores y eligen al presidente y secretario de la asamblea y se designan los gestores que realizarán los actos necesarios para la inscripción de la cooperativa.
- c) Calificación laboral para las sociedades laborales (anónimas o limitadas). Es un acto administrativo declarativo del cumplimiento de los requisitos por parte de los estatutos. El acto administrativo de la calificación ha de ser dictado en los quince días siguientes a partir de la presentación.
- d) Escritura pública. Similar a lo dicho por las demás sociedades. En la escritura de constitución se nombra al Consejo Rector (Cooperativas) o al Consejo de Administración (sociedades laborales).
- e) Inscripción en el Registro. De cooperativas o de sociedades laborales según los casos.

Hay otros trámites que deben realizar las empresas y que conviene explicar aquí. Así:

- Licencia de obras. Este es un trámite que es necesario en caso de realizar obras en el negocio y que se solicita al Ayuntamiento. Cualquier ciudadano que desee hacer reformas, obras, etc., también debería solicitarlo, por lo que no es privativo de las empresas.
- Licencia de apertura. Es también un trámite a realizar ante el Ayuntamiento correspondiente y mediante el mismo acreditamos que las instalaciones se adecuan a la normativa vigente.
- Cambio de titularidad. Es un trámite, por el que mediante comunicación se informa al Ayuntamiento del cambio de titularidad de un negocio que ya goza de licencia de apertura.
- Cambio de actividad. Se comunica al Ayuntamiento el cambio de actividad para acreditar que se adecua a las normas vigentes para la nueva actividad.

Es conveniente, también, indicar que algunas actividades requieren de unos trámites exclusivos por su especificidad.

Así, podemos mencionar:

- a) Actividades industriales, talleres de reparación y almacenes de sustancias tóxicas. Se necesita un permiso especial para el ejercicio de actividades nocivas, molestas o que requieran unas instalaciones con medidas de seguridad y prevención específicas. El organismo ante el que hay que dirigirse es el Ministerio de Industria.

- b) Actividades de construcción, instalaciones y reparaciones eléctricas y actividades de ingeniería y consultoría. Hay que aportar la documentación específica de cada actividad y la inspección técnica del Ministerio de Industria.
- c) Industrias y establecimientos alimentarios que no sean detallistas. Debe expedir un documento oficial el servicio de salud, en el que consta lista de operarios, y carnet de manipulador de alimentos para cada uno.
- d) Bares, restaurantes y cafeterías. Es necesaria una autorización de apertura de la Dirección General de Turismo en el que, entre otros datos, deben constar los empleados y la posesión por ellos del carnet de manipulador de alimentos.
- e) Agencias de viajes. También, requiere una autorización especial de la Dirección General de Turismo.
- f) Empresas de seguridad. Deben obtener un permiso especial de la Dirección General de Seguridad del Estado.

8.- SUBVENCIONES

Denominamos subvención a una transferencia a fondo perdido que un organismo público realiza a un particular, empresa u otra entidad con el fin de que dicho patrimonio se utilice para un objetivo concreto. Las subvenciones vienen vinculadas a circunstancias concretas y se aprueban en los presupuestos de los organismos que los conceden, esto hace que se modifique continuamente por lo que su estudio debe hacerse partiendo de los deferentes tipos que pueden existir y las diferentes instituciones que los conceden.

En cuanto a los tipos de subvención que pueden afectar a la creación de nuevas empresas, podemos citar como más importantes los siguientes:

- a) Subvenciones a la explotación. Se conceden para ayudar a empresas en dificultades, bien para compensar su déficit de explotación o para asegurarles una mínima rentabilidad.
- b) Subvenciones en capital. Son ayudas para adquirir elementos de la estructura productiva (activos fijos). Es muy importante para nuevas empresas que utilicen tecnología muy desarrollada.
- c) Subvenciones de tipos de interés. Tratan de abaratar la financiación de la empresa.
- d) Subvenciones al empleo. Aquellas que favorecen la contratación de trabajadores por parte de las empresas.
- e) Subvenciones sectoriales. Cuando van dirigidas a sectores concretos de la actividad económica.

- f) Subvenciones a sectores desfavorecidos. Son las que se conceden para la creación de empresas a sectores concretos de la población, como pueden ser mujeres o jóvenes.
- g) Subvenciones territoriales. Cuando se conceden para la ubicación de la empresa en una determinada zona geográfica.
- h) Subvenciones de mantenimiento. Son las que se dan para que los promotores de una empresa puedan sobrevivir durante un tiempo que se considera esencial, pues en el mismo es difícil que la empresa pueda aún tener beneficios. Es una especie de "salario social" al emprendedor.
- i) Subvenciones fiscales, tanto para impuestos locales como estatales. Ej.: reducción en el I.A.E.

También podemos clasificar las subvenciones en función de la administración territorial que los concede y así hablamos de subvenciones estatales (cuando dependen de la administración central u organismos con implantación en el territorio nacional), subvenciones comunitarias (proviene de la Unión Europea), subvenciones locales (de Ayuntamientos y Diputaciones) y subvenciones de las Comunidades Autónomas.

Es importante mencionar que también hay asociaciones privadas que subvencionan proyectos, como pueden ser ONG's, Fundaciones, etc.

Vistos los tipos de subvenciones más importantes es necesario delimitar quiénes pueden ser los beneficiarios de las mismas. Éstos pueden ser desde familias de agricultores que utilizan su casa como alojamiento para el turismo rural a empresarios que quieren desarrollarse en el campo de la biotecnología. Es decir, prácticamente todas las empresas pueden ser acreedoras a una subvención.

Aunque los contenidos de las subvenciones pueden ser muy variados, existen unos criterios que son más seguidos por las administraciones.

Así se tiende a apoyar más a las pequeñas empresas, a aquellas que son generadoras de empleo, se valora más si es industrial que puramente comercial, que aporte una innovación, que los fundadores pertenezcan a colectivos desfavorecidos, etc. Pero, hay algo que es básico, que el proyecto tenga viabilidad.

Para tramitar una subvención ha de tenerse en cuenta lo siguiente:

- a) La subvención debe estar en función del proyecto, nunca al contrario.
- b) Es necesario conocer la política de subvenciones de la administración que las concede.

- c) Desarrollar el proyecto teniendo en cuenta que las subvenciones suelen retrasarse bastante.
- d) Una vez seleccionada la subvención, buscar información sobre la misma en el organismo que la concede; plazos, cantidades, etc.
- e) "Localizar" una persona de contacto en la institución que concede la subvención, centralizando en él las consultas.
- f) Poner en relación los impresos oficiales de la solicitud con el plan de inversión que hemos hecho.
- g) Hacer revisar los impresos por un experto.
- h) No dejar casillas sin rellenar.
- i) Asegurarse de que el proyecto se adapta a la subvención.
- j) Hacer un seguimiento de la solicitud tras entregar la documentación. Es decir, la espera debe ser activa. Cada cierto tiempo conviene visitar la institución y ofrecer nuestra colaboración para aclarar cualquier duda.

Puede ocurrir, también, que el organismo que concede la subvención nos cite para una entrevista. Ésta tendrá dos objetivos; recabar información por parte de la Administración y por nuestra parte despertar el interés por el proyecto.

Pasado el tiempo de estudio de la solicitud, tiene lugar la resolución y se le comunica al interesado con indicación de la cuantía concedida y de las condiciones de la misma; plazos, para qué se concede, justificantes a entregar, etc.

Las ayudas europeas tienen cada vez una mayor importancia y pueden verse beneficiados por ellas los proyectos empresariales. Por grupos las más destacadas son:

- a) Fondos estructurales. Su objetivo es corregir desigualdades y favorecer un desarrollo regional armónico. Ej.: fondos FEDER, del FEOGA, etc.
- b) Fondos de cohesión. Surgen de los acuerdos de Maastricht y tratan de favorecer a los países más desfavorecidos.
- c) Iniciativas comunitarias. Para problemas concretos de cierta importancia. Son propuestos por la Comisión Europea.
- d) Proyectos piloto. Tratan de ser innovadores y potenciar nuevas vías en materia de desarrollo económico y social.
- e) Programas de I+D. Son programas que se van renovando y potencian el desarrollo de actividades de investigación.
- f) Programas de ayuda a países en desarrollo. Pueden beneficiarse de ellos empresas que dirijan sus actuaciones a esos mercados. Necesitan estar inscritas en el registro de empresas de la Comunidad Europea.

En el caso de España el número de organismos que conceden ayudas es interminable. El emprendedor ha de tener en cuenta que no sólo es importante el dinero con que le apoyen, sino la asesoría técnica en el proyecto. Podemos mencionar al ICO (Instituto de Crédito Oficial) que ofrece líneas de financiación, el Ministerio de Industria, para apoyar la innovación, el Ministerio de Educación apoyando programas de I+D, en colaboración muchas veces con Universidades, éstas desarrollando proyectos conjuntos con pequeñas empresas, la Dirección General de la PYME, apoyando en los estudios de viabilidad de los proyectos y en la financiación de los mismos, el Instituto de Comercio exterior (ICEX) apoyando a las empresas exportadoras, las Comunidades autónomas y la Administración local apoyando proyectos más vinculados al espacio territorial que comprenden; suelen tener centros de apoyo técnico al emprendedor para ayudarle en la realización del proyecto, solicitud de subvenciones, etc.

Por último, en este punto es fundamental que el emprendedor sepa donde puede encontrar información. Hay muchos lugares; oficinas de información de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas, centros de asesoramiento creados, también, por las CC. AA., instituciones y empresas privadas (algunas realizan planes de viabilidad), Cámaras de Comercio, Internet, etc. No podemos pasar por alto que el profesor de FOL cumple en este aspecto un importante papel con sus alumnos en cuanto a su labor orientadora e informativa, ayudándole a su desarrollo autónomo y a conseguir una formación polivalente (capacidad de adaptarse).

9.- ALGUNAS IDEAS A TENER EN CUENTA POR UN EMPRENDEDOR

Un emprendedor debe tener en cuenta muchos factores a la hora de crear su empresa, pero hay algunas ideas que pueden venirle bien para hacer viable esa inversión son:

- a) La franquicia. Es un sistema de colaboración entre una marca (franquiciador) y un conjunto de empresarios individuales (franquiciados) que constituyen la cadena de distribución de la marca. El franquiciador aporta su saber hacer y el franquiciado su inversión y comercialización a través de su cadena de distribución. Puede ser una oportunidad de negocio para alguien que quiera comenzar, pues el negocio ya está experimentado. El emprendedor ha de tener cuidado pues han proliferado algunas franquicias que no aportan un saber hacer sino una simple idea que no está suficientemente experimentada.

- b) El leasing y el renting. Reducen la necesidad de financiación al no incorporar equipo al patrimonio de la empresa y puede ser útil para el emprendedor pues la excesiva necesidad de financiación puede ser un lastre que impida la puesta en marcha de la empresa.
- c) La externalización de servicios. Es la cesión de la gestión de una parte de la empresa a una compañía ajena a la misma desde todo punto de vista jurídico, financiero, etc. Puede ser importante para un emprendedor que empieza pues necesita dedicarse a aquella parte del negocio en la que realmente aporta valor añadido. Es decir debe centrarse en lo que sea estratégico para el negocio.
- d) Las sociedades de garantía recíproca. Son entidades financieras, que según la ley 1/1994 que las regula, tienen como principales funciones: conceder avales a las pymes, facilitar el acceso a las empresas avaladas a líneas privilegiadas de financiación, conseguir que puedan obtener mejores condiciones de crédito que si negocian por sí mismas y facilitar asesoramiento al empresario en cuanto al análisis y evaluación de su proyecto.
- e) ¿Cómo presentar el proyecto empresarial?. Es importante tener en cuenta que el proyecto debe ser presentado correctamente, para ello las claves son: empezar por un breve resumen, explicar la idea con claridad, ordenar las ideas, tener preparada la documentación y tratar adecuadamente las objeciones al proyecto.
- f) Plan de marketing. Además, de los documentos que hemos mencionado, es necesario realizar un plan de marketing. En el mismo debemos incluir precios (es clave el precio psicológico), publicidad, promoción, canales de distribución, determinación de la demanda, acciones de promoción, estrategias e innovación del plan de marketing, organización de la fuerza de ventas, imagen de marca, gestión del presupuesto de marketing, atención al cliente, claves para la diferenciación, etc.
- g) Sociedades de capital-riesgo. No han proliferado en España, pero pueden ser interesantes de cara a encontrar vías de financiación. Su actuación consiste en tomar participaciones temporales en el capital de pymes que desarrollen actividades relacionadas con la innovación tecnológica. Durante el tiempo que permanecen como socios participan en la gestión de la empresa.
- h) Sociedades de préstamos participativos. Sirven de complemento a la financiación de la empresa. Conceden préstamos a las pymes que se

amortizan al vencimiento del contrato. Durante la vigencia del mismo sólo se pagan intereses que, en parte, se pactan atendiendo a la rentabilidad que vaya obteniendo la empresa.

- i) Apoyo de las Universidades. Ha empezado a darse recientemente y tiene dos aspectos fundamentales. Primero el de apoyo a proyectos de alumnos del propio centro y el segundo de creación de estructuras válidas para la investigación o el desarrollo de productos. Esto puede darse porque las estructuras se financian conjuntamente con pymes o bien se cobra a estas por su utilización y a la vez las instalaciones pueden ser usadas por los estudiantes del centro. Han sido de destacar las experiencias de las Universidades Politécnicas de Barcelona y Valencia.

10.- CONCLUSIONES

La creación de una empresa depende de muchos factores. En cualquier caso, es claro que debe hacerse teniendo en cuenta que crear una empresa no supone ganar dinero inmediatamente como muchas veces se cree, que el trabajo va a ser muy duro, que puede haber momentos de desaliento, que asumimos un riesgo, pero que con voluntad puede conseguirse.

También, hemos de tener en cuenta que el desarrollo de un proyecto empresarial requiere un plan elaborado con criterios científicos, que la simple ilusión no basta y que o tenemos una formación adecuada o el éxito puede tardar, si es que llega.

Crear una empresa no es una decisión que pueda tomarse sin pensar y menos sin tener en cuenta el entorno en que hemos de hacerlo. Un profundo conocimiento de la realidad nos ayudará a no tener expectativas irreales y a tomar decisiones que nos ayuden a sacar adelante el proyecto.

Por último sería recomendable que respecto de las ayudas, tengamos en cuenta que no son el factor clave, ni mucho menos, para decidarnos por crear una empresa, son un factor más y no de los más importantes.

En cuanto a la administración sería de desear que el camino iniciado de reducir la burocracia y por tanto los plazos para constituir una empresa (Plan de agilización y simplificación normativa para la competitividad de la PYME) no basta y que es necesario que se ponga en funcionamiento, cuanto antes, "la ventanilla única", al menos, en todas las capitales de provincia con Cámara de Comercio.

En muchos casos toda esta tramitación es desincentivadora para crear nuevas empresas.

11.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

- Manual práctico de creación de empresas. Cuadernos de Cinco Días.
- Manual práctico de la Fundación Universidad Empresa.
- *Oriol Amat*. "Emprender con éxito". Gestión 2000.
- Casos prácticos de finanzas. Cuadernos de Cinco Días.
- *Andrés Suárez Suárez*. "Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa". Pirámide.
- Curso de creación de empresas. Universidad Carlos III. 1997.
- *I. Suárez Zuloaga*. Investigación sobre competidores: evolución y práctica". Información comercial española nº 737.