

6

Creación de una empresa

SUMARIO

- 1** La idea
- 2** La investigación del mercado
- 3** El proyecto o plan de negocio
- 4** Los recursos financieros
- 5** Las formas jurídicas
- 6** Los trámites

• • •

Preguntas clave

¿Sabes qué significa ser emprendedor?

¿Conoces algún trámite necesario para crear una empresa?

¿Dónde te dirigirías para solicitar ayudas?

• • •



La idea

Una de las formas de incorporarnos al mundo laboral es a través del trabajo por cuenta propia, también denominado autoempleo. Para poder crear tu propia empresa y convertirte en empresario es necesario tener o adquirir una serie de características o cualidades que son:

1. **Ser emprendedor.** La persona emprendedora tiene iniciativas, un espíritu creativo y busca nuevas oportunidades de negocios.
2. **Tener capacidad para asumir riesgos.** El riesgo, desde el punto de vista empresarial, no sólo existe en el momento de crear la empresa, es decir, en si irá o no bien el negocio, sino que está presente en todo momento cuando se trata de una actividad empresarial.
3. **Ser organizado.** Poner en marcha una empresa, así como la gestión posterior de la misma, requiere una gran capacidad organizativa por parte del empresario.
4. **Tener cierta experiencia profesional.** Esta experiencia va a ayudar a conocer mejor todo lo relacionado con la empresa, como las inversiones necesarias, la competencia del sector, etc.

EJEMPLO I

Hasta hace poco los estudiantes llevaban las mochilas repletas de libros y esto estaba ocasionando problemas de salud. De esta **situación surge** una nueva idea que es llevar las mochilas en carritos transportadores incorporados. Esto es una idea de negocio basada en la observación.

Las ideas de negocio pueden surgir:

- **De la invención.** Más que de una idea genial, detrás de la invención suele haber un proceso organizado de búsqueda de una oportunidad de negocio.
- **De la observación de los cambios sociales.** Estos cambios van generando nuevas necesidades en los consumidores, que dan lugar a nuevas empresas. Algunos cambios que se han producido en los últimos años son: cambios en el nivel de ingresos personales, incorporación de la mujer al mercado laboral, mayor nivel cultural de la sociedad, nuevas tecnologías como la informática, mayor culto al cuerpo y envejecimiento de la población.
- **De la observación de lo que hacen otras empresas.** Muchas ideas de negocio surgen al observar el producto o servicio que ofrece la competencia. Así, se puede hacer lo mismo pero más barato, con más garantías o más rápido o tratando mejor al cliente, etc. A esto se le llama diferenciar el producto o el servicio, de forma que sea más atractivo para el cliente que el de la competencia.
- **De observar ausencias del mercado.** Muchas veces nos preguntamos por qué no existen ciertas cosas. Así, han surgido productos como los palillos o el sacacorchos.
- **De los hobbies o aficiones.** La idea puede surgir de las propias aficiones de la persona que va a poner en marcha la empresa.

La investigación del mercado

Una vez que ha surgido la **idea empresarial** hay que estudiarla detalladamente para ver si tiene posibilidad de éxito, valorar si verdaderamente es viable. Para ello el primer paso que hay que dar es conocer el mercado al que va a ir dirigido el producto o el servicio.

En este contexto se puede definir el **mercado** como el **conjunto de consumidores reales y potenciales del producto o servicio**. Consumidores reales son los compradores actuales y consumidores potenciales los que pueden llegar a serlo.

El mercado

Para realizar un estudio hay que recoger datos sobre el tamaño del mercado al que nos dirigimos. Por **tamaño de un mercado de un producto** o servicio se entiende la **cantidad que se ha vendido del mismo en un período de tiempo y en un área geográfica determinada**. Las empresas tienen su participación o cuota de mercado y aquella que mayor cuota tiene se la denomina empresa líder.

EJEMPLO 2

El número de guitarras vendidas en España en 1997 ha sido de 50.000 unidades:

- La empresa A ha vendido 8.000 unidades.
- La empresa B ha vendido 14.000 unidades.
- La empresa C ha vendido 18.000 unidades.

Para saber la cuota de mercado de cada empresa aplicamos:

$$\frac{\text{Unidades vendidas de una empresa} \times 100}{\text{Unidades totales vendidas en España}}$$

la cuota de mercado (%) será:

- La empresa A: 16 %.
- La empresa B: 28 %.
- La empresa C: 36 %.

Por tanto, la empresa líder es la C.



1 El mercado lo constituyen tanto los consumidores reales como los potenciales.

Es fundamental conocer el tamaño del mercado, para saber si existe un **hueco** para la entrada en el mismo de nuestra empresa, y, así, poder establecer una previsión de ventas.

Los clientes o demanda

La **demanda** es la **cantidad de producto que los consumidores están dispuestos a adquirir** y, por ello, el objeto del estudio es conseguir toda la información posible acerca del número de clientes dispuestos a comprar nuestro producto: cuántos son, su edad, su status social, sus gustos, quién compra, hábitos de compra, etc. En definitiva, se trata de saber, de forma aproximada, la cantidad de producto que esperamos vender en un determinado plazo de tiempo.

La competencia u oferta

En nuestro estudio no nos podemos olvidar de la competencia. Tenemos que identificar quiénes son las empresas competidoras que ya están ofreciendo los productos o servicios, que satisfacen las mismas necesidades que los de nuestra empresa. De la competencia debemos tener en cuenta los siguientes aspectos: quiénes y cuántos son, cuál es su cuota de mercado, cómo son sus productos o servicios y cuáles son sus precios.

Cuanta mayor información tengamos sobre la competencia, mejores decisiones tomaremos para nuestra futura empresa, ya que trataremos de sacarles ventaja en algún aspecto, como puede ser: mejor calidad, mejor precio o mayores garantías.

La distribución del producto

Se trata de determinar, en nuestro estudio, cómo se puede hacer llegar el producto hasta el consumidor, es decir, cuáles son los caminos posibles por los que nuestro producto puede llegar al cliente. A estos caminos se les denomina **canales de distribución** o **intermediarios**. Los canales más frecuentes son:

- Fabricante → consumidor.
- Fabricante → minoristas (tiendas) → consumidor.
- Fabricante → mayorista → minorista → consumidor.

Una vez que conozcamos cuáles son los canales existentes, en nuestro sector, podremos decidir cuál es el más adecuado para nuestro producto o servicio.



2 Las Cámaras de Comercio constituyen fuentes de información para la investigación del mercado.

DÓNDE BUSCAR INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

- INEM.
- Ayuntamientos.
- Cámaras de Comercio.
- Asociaciones empresariales de cada sector.
- INE (Instituto Nacional de Estadística).
- Registros Mercantiles.
- Ministerio de Industria.
- Revistas especializadas.
- Bancos de datos de las universidades.

ACTIVIDAD I

Sabiendo que las ventas del producto I son las siguientes:

Empresa	Unidades
1	20.000
2	40.000
3	50.000
4	90.000

Establece cuál es el tamaño total del mercado del producto I y la participación o cuota de cada empresa. ¿Cuál es la empresa líder y qué significa esto?

El proyecto o plan de negocio

El **plan de negocio** es el documento donde se plasma por escrito y, basándonos en nuestro estudio de mercado, el proceso de creación de la empresa, desde la descripción de la idea hasta la forma de ponerla en marcha. Este proyecto cumple las siguientes finalidades:

1. Nos permite conocer si el proyecto es viable o no, esto es, si tiene posibilidades de llevarse a cabo con éxito. Si del plan de negocio se deduce su escasa viabilidad, debemos abandonar la idea antes de poner la empresa en funcionamiento.
2. Sirve para que los bancos, instituciones o posibles socios puedan conocer el alcance de nuestra idea.

El plan de negocio debe estar compuesto por: descripción de la idea, descripción del producto o servicio, plan técnico y de compras, localización de la empresa, plan comercial y marketing, plan de Recursos Humanos y plan financiero.

Descripción de la idea

En este apartado se debe dar a conocer cuál va a ser la actividad de la empresa, cómo ha surgido la idea, quiénes son los promotores y qué objetivos nos planteamos con esta idea de negocio.

Descripción del producto o servicio

Hay que describir de manera clara el producto o servicio que se va a comercializar, y qué necesidades satisfacen dichos productos o servicios. Esto nos ayuda a realizar una comparación con los productos iguales o similares que ya ofrecen otras empresas, destacando las ventajas que ofrecemos frente a los competidores.

Plan técnico y de compras

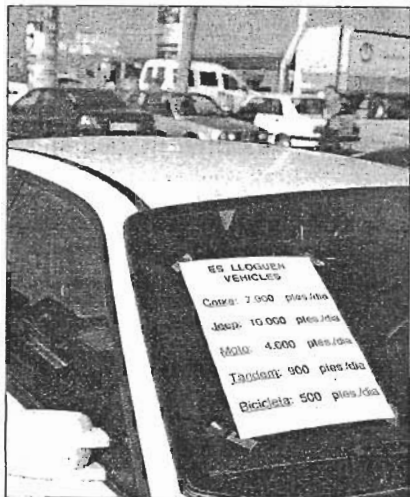
A través de este plan, se prevé cómo vamos a fabricar el producto o a prestar el servicio, teniendo en cuenta todos los elementos que vamos a necesitar, como edificios, maquinaria, equipos informáticos, transporte, herramientas, materias primas, etc. También resulta interesante hacer una selección de posibles proveedores.

Localización de la empresa

Otro de los factores a considerar, dentro del plan del negocio, es dónde va a estar localizada la empresa y sus instalaciones, ya que muchas nuevas empresas fracasan por instalarse en un lugar que no era el idóneo. Para saber dónde debemos situar la empresa debemos tener en cuenta los siguientes criterios:

- Si hay fácil acceso para los clientes, trabajadores y proveedores.
- Las distancias a las vías de comunicación.
- El número de competidores cercanos.
- El nivel socioeconómico de la zona.

Plan comercial y marketing



3 La publicidad puede tener múltiples formas y soportes.

- **El plan comercial.** Hace referencia a cómo vender el producto o servicio. Para realizar este plan hay que partir de una previsión realista de ventas, es decir, del número de unidades que tenemos previsto vender en un plazo determinado de tiempo, teniendo en cuenta el estudio de mercado y nuestras posibilidades. Después, hay que establecer el número de vendedores con el que debemos contar.
- **El plan de marketing.** Para conseguir el objetivo de ventas marcado debemos preparar una estrategia. Por ello, se deben tomar decisiones sobre: el producto, el precio, la distribución y la publicidad.
 1. **Producto.** Hay que pensar en las modificaciones o complementos que van a realizarse en el producto para ser diferentes a los de la competencia.
 2. **Precio.** La fijación del precio es uno de los aspectos más importantes del plan de marketing y para ello se tendrá en cuenta: lo que cuesta producirlo, los precios de los competidores y el precio que está dispuesto a pagar nuestro futuro cliente.
 3. **Distribución.** La distribución hace referencia a cómo hacer llegar el producto al cliente.
 4. **Publicidad.** En este apartado se tomarán decisiones acerca de cómo vamos a dar a conocer y a promocionar el producto o servicio y a través de qué medios.

Plan de recursos humanos

Todo proyecto empresarial debe incluir un estudio de las personas que se van a necesitar para desarrollar la actividad y que la empresa funcione, para ello se deben considerar los siguientes aspectos:

- Fijar el número de puestos de trabajo y sus funciones.
- Establecer cómo se va a seleccionar al personal.
- Fijar los tipos de contratos que se pueden realizar en cada momento.
- Fijar planes para la formación y reciclaje de los trabajadores, para la puesta al día de los conocimientos del personal.
- Establecer lo que se va a pagar en concepto de salarios, la duración de la jornada de trabajo y demás condiciones.

Plan financiero

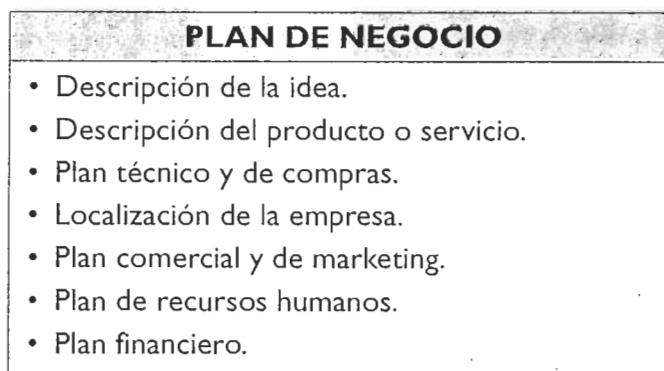
En este punto debemos tener en cuenta el dinero que se necesita para poner en marcha la empresa, de dónde lo vamos a sacar y cuál es el beneficio que esperamos de nuestro futuro negocio.

Para responder a la primera cuestión hay que conocer todas las inversiones que tenemos que realizar: terrenos, máquinas, materias primas, lo que nos cuestan los trabajadores, etc. La segunda cuestión se refiere a la búsqueda y obtención del dinero.

Para determinar cuál va a ser el beneficio de la empresa hay que elaborar una previsión de ingresos y gastos para un período determinado de tiempo –generalmente un año–, a través de la **cuenta de resultados**, que nos indica las posibles pérdidas o ganancias de la empresa.

Valoración del riesgo y toma de decisión. No debemos olvidar que dentro del plan de negocio se debe incluir un listado de posibles riesgos que nos pueden afectar, como no encontrar el equipo de personas adecuadas, no dar con el producto exigido por el cliente o no contar con el apoyo necesario de los bancos.

Una vez tomados en consideración todos los factores en contra y todas las conclusiones positivas que han surgido de nuestro plan de negocio, debemos tomar una decisión.



Toma de decisión

ACTIVIDAD 2

Completa en tu cuaderno la siguiente relación de posibles acciones que hay que realizar en cada una de las etapas del plan de negocio de una empresa dedicada a la reparación de motos.

Plan de negocio	Acciones
1. Descripción de la idea	
2. Descripción del producto	
3. Plan técnico y de compras	Buscar local de 80 m ² .
4. Localización de la empresa	Tres Cantos (Madrid).
5. Plan comercial y de marketing	
6. Plan de recursos humanos	
7. Plan financiero	Dispone de 1.000.000 de ptas. y solicita un préstamo de 1.500.000 ptas.

Los recursos financieros

Como hemos visto en el epígrafe anterior, dentro del plan financiero es necesario buscar y obtener el dinero suficiente para poner en funcionamiento la empresa. Vamos a analizar las diferentes fuentes de financiación: recursos propios y recursos ajenos o financiación por deuda.

Recursos propios

Es el dinero que aporta el empresario, aunque si no es suficiente y no quiere endeudarse puede permitir la entrada de nuevos socios con la consiguiente pérdida de control sobre la empresa.

Recursos ajenos o financiación por deuda

A través de esta fórmula el empresario recibe una cantidad, comprometiéndose a devolver dicha cantidad más los intereses estipulados.

A la hora de solicitar un préstamo el banco nos va a pedir el plan de negocio para ver si la empresa que vamos a montar es viable o no lo es, y aun siendo un negocio rentable, nos pedirá garantías que le aseguren que vamos a devolver la cantidad que nos va a prestar. Otras formas de financiación por deuda, además de los préstamos bancarios son:

- **El *leasing*.** Es un sistema de financiación mediante el cual una empresa puede disponer de un bien, por ejemplo, alquilar una máquina cara en lugar de comprarla. Lo más importante de esta fórmula de financiación es que la empresa siempre tiene, al final, la opción de compra sobre ese bien mediante el pago de su valor residual.
- **El *renting*.** Es también un alquiler de un bien, pero por lo general estos bienes son automóviles, pudiendo bien adquirir el coche al final del contrato de *renting* o bien cambiar el vehículo por otro.

ACTIVIDAD 3

Elabora un cuadro resumen con las distintas posibilidades que tiene el promotor de una idea de negocio, para obtener el dinero que le va a costar poner en funcionamiento esa empresa.

El empresario no se tiene que preocupar de las gestiones que pueda ocasionar el uso del vehículo, Ya que todos los gastos que genere el automóvil correrán a cargo de la empresa de *renting*.

Cada vez son más las empresas que utilizan el *renting* para gestionar sus flotas de vehículos, ya que por una cuota fija mensual, las empresas de *renting* se ocuparán del mantenimiento total o parcial del vehículo, revisiones periódicas, reparaciones, etc.

La duración del contrato de *renting* oscila entre uno y cinco años. La cuota mensual que suelen pagar las empresas por el vehículo está determinada por el precio de venta al público, por la duración del contrato y por los servicios de gestión solicitados.

Las formas jurídicas

Otra de las grandes decisiones que hay que tomar a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial es la forma jurídica que va a adoptar la empresa, ya que hay que escoger aquella que mejor se adapte a las características y necesidades de la misma. Los **criterios** para elegir la forma jurídica son:

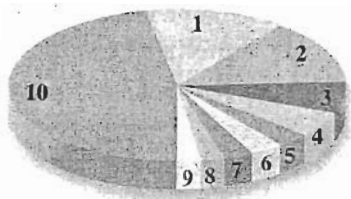
- **Número de socios.** Puede haber un único socio o varios.
- **Tipo de responsabilidad.** La responsabilidad ante las deudas que puede generar la empresa puede ser:
 - Limitada. Sólo se responde de las deudas con el capital aportado a la sociedad.
 - Ilimitada. Se responde de las deudas con el capital aportado a la sociedad y si éste no es suficiente, también se responde con los bienes personales de los socios.
- **Impuestos a pagar.** Cada forma jurídica tiene unos determinados impuestos.
- **Capital inicial.** Algunas formas jurídicas necesitan una cantidad de dinero mínima para constituirse.

CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LAS EMPRESAS				
Forma	N.º mínimo socios	Responsabilidad	Capital social mínimo	Impuestos a pagar
Empresario individual	1	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IRPF*
Comunidad de bienes	2	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IRPF
Sociedad colectiva	2	Ilimitada	No hay mínimo capital social	IS*
Sociedad comanditaria	2	Socio colectivo: Ilimitada Socio comanditario: Limitada	No hay mínimo capital social Sociedad comanditaria por acciones: 10.000.000 de ptas. para su constitución.	IS
Sociedad de responsabilidad limitada	1	Limitada	500.000 ptas.	IS
Sociedad anónima	1	Limitada	10.000.000 de ptas.	IS
Sociedad laboral	3	Limitada	SAL 10.000.000 de ptas. SLL 500.000 ptas.	IS
Sociedad cooperativa	Primer grado 5 Segundo grado 2	Limitada	No hay mínimo capital social	IS

* IRPF. Impuesto sobre la renta de las personas físicas.

* IS. Impuesto sobre sociedades.

Enseñas por sectores de actividad

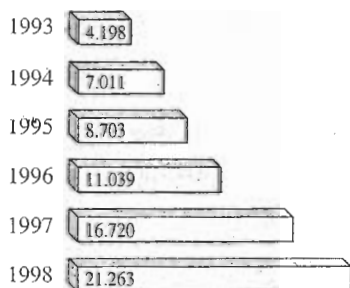


1. Hostelería-restauración 13,48 %
2. Confección-moda 13,66 %
3. Servicios especializados 6,83 %
4. Tiendas especializadas 5,42 %
5. Enseñanza 3,15 %
6. Automoción 3,15 %
7. Tintorerías 2,80 %
8. Mobiliario 2,27 %
9. Inmobiliarias 2,27 %
10. Otros sectores 46,93 %

FUENTE: Tormo & Asociados

Número de establecimientos

En los dos últimos años del gráfico, el número de establecimientos integrados en cadenas de franquicia en España se incrementó en un 93 %.



FUENTE: Tormo & Asociados

La franquicia

Además de crear una empresa desde su inicio, existe otra posibilidad para poner en marcha un negocio, y es la asociación a otra empresa que ya está establecida en el mercado. A esta fórmula se le denomina franquicia y permite correr menos riesgos cuando no se dispone de experiencia profesional.

En esta fórmula existen dos figuras que son el franquiciador y el franquiciado. El franquiciador cede la marca de un producto y los conocimientos sobre un negocio que ya es rentable, y el franquiciado debe aportar la inversión necesaria para poner en marcha el negocio y, además, su esfuerzo para dirigirlo. La **franquicia** la podemos definir como **un contrato entre dos partes** –franquiciador y franquiciado– mediante el cual el primero cede al segundo el derecho a la fabricación y comercialización de productos o servicios, y los conocimientos necesarios para llevarlos a cabo (*Know How*), y el segundo tiene que entregar una cantidad de dinero al comienzo del negocio aunque después debe seguir entregando otras cantidades. Ejemplos de franquicias son establecimientos como Día, Telepizza o Burger King.

EJEMPLO 3

María José se ha decidido a abrir un establecimiento «Burger-King» y ha solicitado información sobre esta franquicia en los siguientes aspectos:

• Qué piden:

- Un canon de entrada, para poder establecerse, de unos 6.000.000 de pesetas.
- Después, de forma periódica debe pagar un *royalty* de explotación del 5 % de las rentas.
- Además debe abonar una tasa para publicidad del 5 % sobre las ventas.

La inversión necesaria es de unos 60 millones de pesetas; en esta cantidad se incluye todo el acondicionamiento del local y toda la maquinaria y equipamiento. No queda, sin embargo, incluido el coste de adquisición del local.

El local debe ser de 200 m² como mínimo y debe estar ubicado en una población de al menos 100.000 habitantes.

• Qué ofrecen:

- Orientación sobre la zona, proveedores, formación de la plantilla, cursos de formación y reciclaje.
- Un producto (hamburguesas).
- Un *Know How*. Se trata de un curso teórico de 570 horas lectivas para explicar todo lo que el franquiciado debe saber para llevar con éxito el negocio. El franquiciador entrega manuales de operaciones y mantenimientos de equipos y marketing para el local.

Los trámites

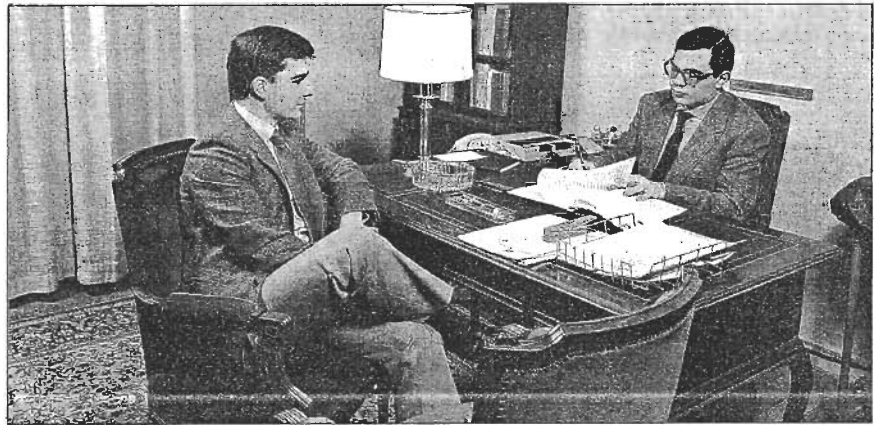
Una vez que hemos realizado todos los pasos anteriores y nos hemos decidido por una determinada forma jurídica, debemos realizar una serie de trámites ante diferentes organismos para que la empresa pueda comenzar a funcionar.

La forma jurídica que menos trámites requiere es la constitución en empresario individual, ya que no está obligado, aunque es conveniente, a inscribirse en el Registro Mercantil. Uno de los trámites que sí debe realizar el empresario individual es pagar el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).

Si se opta por la forma jurídica de sociedad, antes de comenzar los trámites de puesta en marcha debe constituirse como persona jurídica, para lo cual hay que realizar:

- Obtención de la certificación negativa del nombre del Registro General de Sociedades Mercantiles, que sirve para acreditar que no hay otra empresa con el mismo nombre que el que hemos elegido.
- Redacción de la escritura de constitución de la sociedad. En ella se fijan las reglas de funcionamiento de la sociedad.
- Otorgamiento de la escritura pública ante notario.
- Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Inscripción en el Registro Mercantil u otros registros especiales para las sociedades laborales y las cooperativas.

Una vez efectuados estos trámites previos, hay que realizar los trámites propios de la puesta en marcha del negocio ante los siguientes organismos: registros, Hacienda, ayuntamiento correspondiente, y oficina de empleo.



4 La escritura de constitución de la sociedad debe entregarse ante notario.

Registros

Además de la inscripción en el Registro Mercantil, las sociedades deberán legalizar los libros obligatorios que tienen que llevar respecto a su contabilidad. Puede que también tengan que acudir al:

- Registro de la Propiedad Inmobiliaria, si se ha comprado un local.
- Registro de la Propiedad Industrial, si tenemos patentes o marcas y no queremos que nos copien.

Organismos o direcciones de interés

Hoy en día existen organismos públicos y privados que nos pueden conceder información, ayudas y subvenciones para poder montar una empresa, ahora bien, para acceder a estas ayudas para la creación de nuevas empresas se requiere contar con un proyecto de negocio viable. Entre otros, los organismos que nos pueden ayudar son:

- Asociaciones empresariales. Por ejemplo, la Asociación de Jóvenes Empresarios.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de Crédito Oficial.
- Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial.
- Concejalías de Educación y Juventud.
- Instituto Municipal para la Formación Empresarial.
- Ministerio de Industria y Energía.
- Centro Regional de Información y Documentación Juvenil.
- Asociación Española de Franquiciadores.
- Asociación Española de Franquiciados.
- Cámaras de Comercio e Industria.
- Ayudas y subvenciones de la Unión Europea.

Trámites en Hacienda

Cuáles	Para qué
Declaración de alta en el IAE	Para poder realizar la actividad a la que se dedique la empresa.
Declaración censal	Para comunicar el inicio, modificación o cese de una actividad.
Solicitud del Código de Identificación Fiscal	Para identificar a la sociedad ante Hacienda.
Libros oficiales	Libros que recogen las distintas operaciones de las sociedades.

Trámites en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

Cuáles	Para qué
Inscripción de la empresa en la Seguridad Social	Para que la empresa pueda contratar trabajadores.
Alta en el Régimen General de la Seguridad Social o en Régimen especial de Trabajadores Autónomos (depende del tipo de sociedad).	Para obtener el número de la Seguridad Social y tener derecho a las prestaciones.
Comunicación de apertura de centros de trabajo.	Para poder realizar la apertura del centro de trabajo o reanudar una actividad.
Libro de matrícula del personal y libro de visitas.	En el libro de matrícula se deben inscribir todos los trabajadores de la empresa.
Sellar el calendario laboral.	Para que los trabajadores conozcan los días de trabajo.


Trámites en el ayuntamiento correspondiente

Cuáles	Para qué
Licencia de obras	Para realizar cualquier tipo de obra en el establecimiento o local.
Licencia de actividades o instalaciones (Licencia de apertura)	Acredita que las instalaciones cumplen la normativa urbanística y técnica que le es aplicable.

Trámites en las oficinas de empleo

Registro de los contratos que suscriba la empresa en la oficina de empleo.

EJERCICIOS DE APOYO



REGISTRO MERCANTIL CENTRAL
SECCION DE DENOMINACIONES

PRÍNCIPE DE VERGARA, 94
TELEF. 91 563 12 52
28006 MADRID

SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN

A) En caso de **CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD**, indíquese el nombre y apellidos o denominación social, de uno de los socios fundadores.

B) En caso de **CAMBIO DE DENOMINACIÓN** (Indicar el nombre actual de la sociedad)

DENOMINACIONES SOLICITADAS (1)

PRIMERA DENOMINACIÓN SOCIAL (2)
FORMA O TIPO (3)
SEGUNDA DENOMINACIÓN SOCIAL
FORMA O TIPO
TERCERA DENOMINACIÓN SOCIAL
FORMA O TIPO

Nombre y apellidos del presentante: _____

En de de 19.....

1. Observa el documento anterior y responde a las preguntas:

Responde:

- ¿Ante qué organismo se realiza este trámite de puesta en marcha de un negocio?
- ¿Está obligado el empresario individual a realizar este trámite?
- ¿Cuál es la finalidad de este documento?

2. Una empresa solicita a una empresa de *renting* 5 coches comerciales de gama media, pagando por cada uno de ellos una cuota fija mensual de 60.000 pesetas, durante dos años.

Al finalizar el tiempo contratado, el cliente decide cambiar tres vehículos

por otros nuevos de una gama más alta, y quedarse con los otros dos, pagando por cada uno de ellos 600.000 pesetas en concepto de valor residual.

- ¿Es correcta la decisión de la empresa?
- ¿Crees que es posible cambiar unos vehículos por otros?

3. Pilar Santamaría Casado y Carlos Sánchez han decidido crear una empresa dedicada al ocio infantil y guardería. Estos jóvenes saben que antes de ponerse en marcha deben realizar un estudio de mercado.

- ¿Qué aspectos esenciales deben estudiar?
- ¿Dónde pueden buscar información para este estudio de mercado?

SUPUESTOS PRÁCTICOS

1. Raquel y Enrique son dos compañeros de clase que acaban de finalizar sus estudios. A ambos les apasiona el deporte y han pensado en la idea de montar un negocio. Han observado que la sociedad ha cambiado con respecto al tiempo libre y, además, la gente cuida más la imagen personal, por ello quieren montar un gimnasio. A la vista de esta idea de negocio, realiza las siguientes actividades:
 - ¿Cuál es el primer paso que tienen que dar? ¿Cuáles son los aspectos que tienen que estudiar?
 - Suponiendo que ya disponen de la suficiente información, indica qué deben tener en cuenta de los siguientes apartados:
 - Plan técnico y de compras.
 - Plan de recursos humanos.
 - Plan de marketing.
 - Localización de la empresa.
 - La forma jurídica que han elegido estos compañeros ha sido una sociedad de responsabilidad limitada. Indica qué trámites deben realizar para crear la empresa.
2. Responde a las siguientes cuestiones:
 - ¿Qué es una franquicia? Pon dos ejemplos indicando quiénes intervienen en el contrato.
 - ¿Cuántas personas se necesitan para constituir una cooperativa de primer grado? ¿Y de segundo grado?
 - Enumera tres criterios que hay que observar a la hora de elegir la forma jurídica.
 - Indica cuáles son las características personales y profesionales que hay que tener para ser un buen empresario
3. Cita algunos ejemplos de oportunidades de negocio, teniendo en cuenta las nuevas necesidades que se crea el consumidor y que puedan surgir de la observación de los siguientes cambios sociales:
 - Cambios en el nivel de ingresos personales.
 - Incorporación de la mujer al trabajo.
 - Mayor nivel cultural de la sociedad.
 - Nuevas tecnologías.
 - Culto al cuerpo.
 - Mayor esperanza de vida.
 - Mayor inseguridad ciudadana.

AUTOEVALUACIÓN

1. La publicidad de un negocio forma parte del plan:
 - a) RRHH; b) comercial; c) marketing.
2. Dentro de la investigación de mercado hay que estudiar entre otras cosas:
 - a) la competencia y el mercado;
 - b) la comercialización;
 - c) los estatutos y el nombre.
3. El plan de negocio incluye, entre otros, los siguientes planes:
 - a) mercado y competencia;
 - b) comercial y marketing;
 - c) la forma jurídica.
4. El *leasing* es:
 - a) una franquicia;
 - b) una forma de financiación;
 - c) un tipo de interés.
5. En una sociedad colectiva los socios tienen responsabilidad:
 - a) limitada; b) ilimitada; c) integradora.
6. Ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social hay que realizar:
 - a) la inscripción de la empresa;
 - b) la solicitud del código de identificación fiscal;
 - c) la declaración censal.
7. Si nuestra empresa realiza un producto exclusivo y no queremos que ninguna otra empresa lo copie, debemos inscribirlo en el:
 - a) Registro Mercantil;
 - b) Registro de la Propiedad Inmobiliaria;
 - c) Registro de la Propiedad Industrial.
8. La licencia de obra se solicita en:
 - a) el ayuntamiento; c) el notario.
 - b) Hacienda;
9. El empresario individual está obligado a realizar un número de trámites:
 - a) mayor que si se constituye una sociedad;
 - b) menor que si se constituye una sociedad;
 - c) igual trámites que si se constituye una sociedad.
10. Dentro de los trámites que hay que realizar ante Hacienda está:
 - a) la declaración censal;
 - b) la certificación negativa del nombre;
 - c) la licencia de actividades e instalaciones.