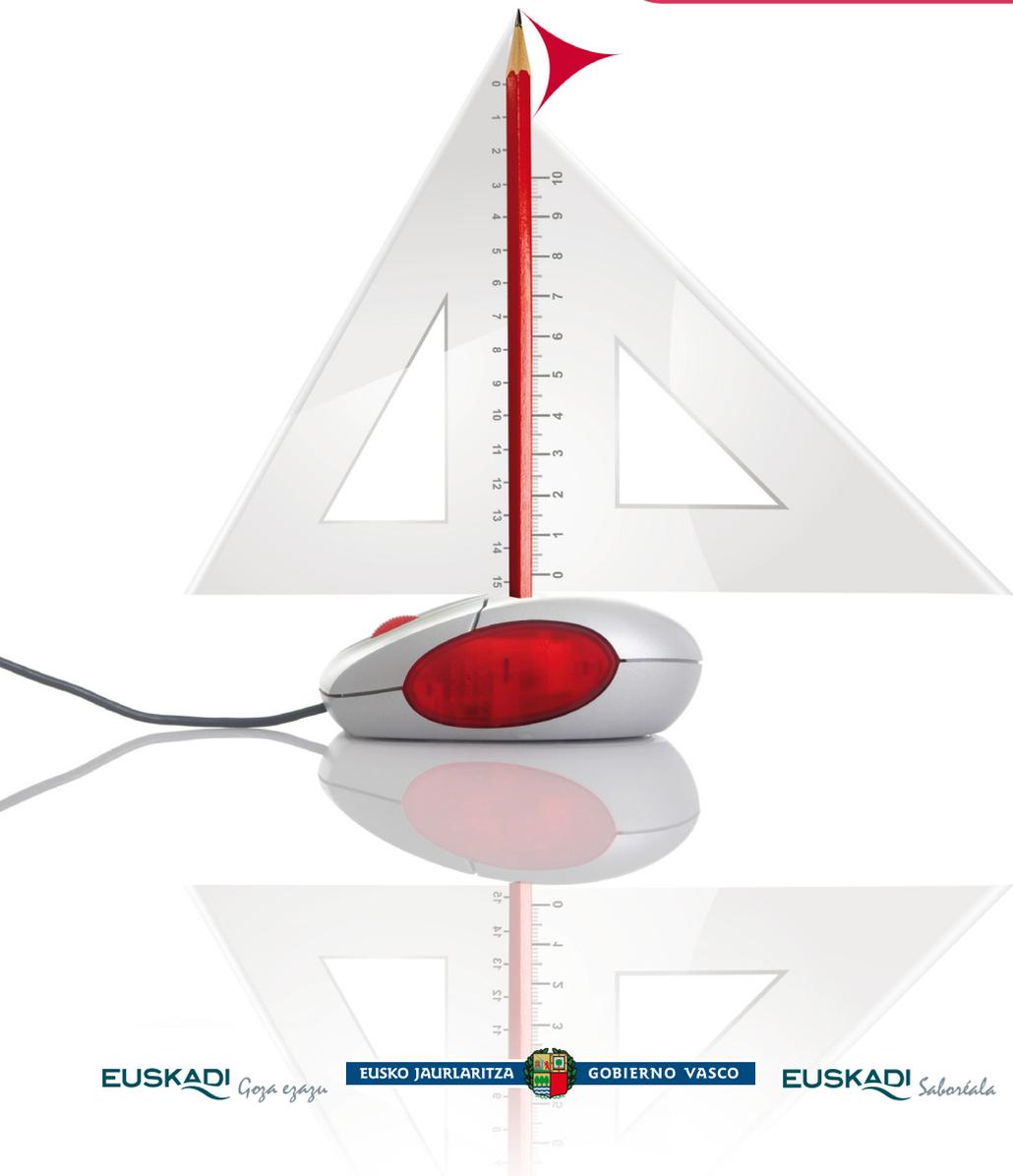


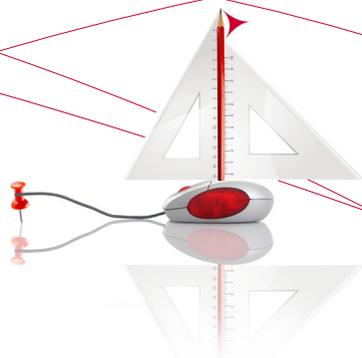


# DIEZ PASOS para CREAR una EMPRESA

Cuaderno de bitácora  
para personas emprendedoras



Carta del Consejero. Un mensaje para personas emprendedoras	2
Introducción. Rumbo a un nuevo horizonte	5
Diez pasos para crear una empresa. Análisis de la idea. Desarrollo del Plan de Negocio	6
1. Embarcación. Descripción de la idea, equipo promotor y del producto o servicio	6
2. Rumbo. Estudio de mercado	8
3. Carta de navegación. Plan de marketing	11
4. Aparejos. Definición de ubicación y plan de producción	16
5. Tripulación. Organización y recursos humanos	18
6. Provisiones. Estudio económico financiero	20
7. Meteorología. Análisis DAFO	28
8. Rutas. Elección de la forma jurídica	29
9. Escalas. Trámites de constitución de la empresa	30
10. Amarres. Cuadros resumen trámites jurídico-burocráticos	34
Centros de apoyo y servicios de ayuda	37



## CARTA del CONSEJERO un MENSAJE para PERSONAS EMPRENDEDORAS

Estimado/a amigo/a:

Tienes en tu mano esta guía de acompañamiento a la persona emprendedora que hemos titulado "Diez pasos para crear una empresa".

Es posible que estés dando ese primer paso que muestra tu sensibilidad e inquietud hacia la actividad y la cultura de emprender, de crear empresa.

Seguro que alguna vez has visto clara una idea de negocio. Idea que surge por haber detectado una necesidad en el entorno más próximo, o tal vez se trate de la iniciativa que nace desde el conocimiento y la experiencia profesional. Pero nunca has dado el paso decisivo de acercarte a uno de los Centros de Empresa e Innovación (CEI) que el Gobierno Vasco, a través del Grupo SPRI, pone a disposición de las personas emprendedoras.

Los Centros de Empresa e Innovación reúnen a equipos humanos y recursos técnicos cuya actividad principal es ser tu acompañante y ayudarte a conocer las posibilidades reales de poner esa idea en marcha y rentabilizarla.

Desde el Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo queremos que uno de los pilares sobre los que se construya un tejido industrial plenamente global y competitivo, sean nuestras personas emprendedoras. Y sabemos que, los impulsores de esta nueva sociedad emprendedora no tienen nada que ver con generaciones anteriores, son digitales y son globales por naturaleza, pero necesitan profesionales que les acompañen y les guíen, necesitan foros de encuentro que les inviten a establecer relaciones personales y que generen una continua retroalimentación que mejore su visión empresarial.

# CARTA del CONSEJERO un MENSAJE para PERSONAS EMPRENDEDORAS

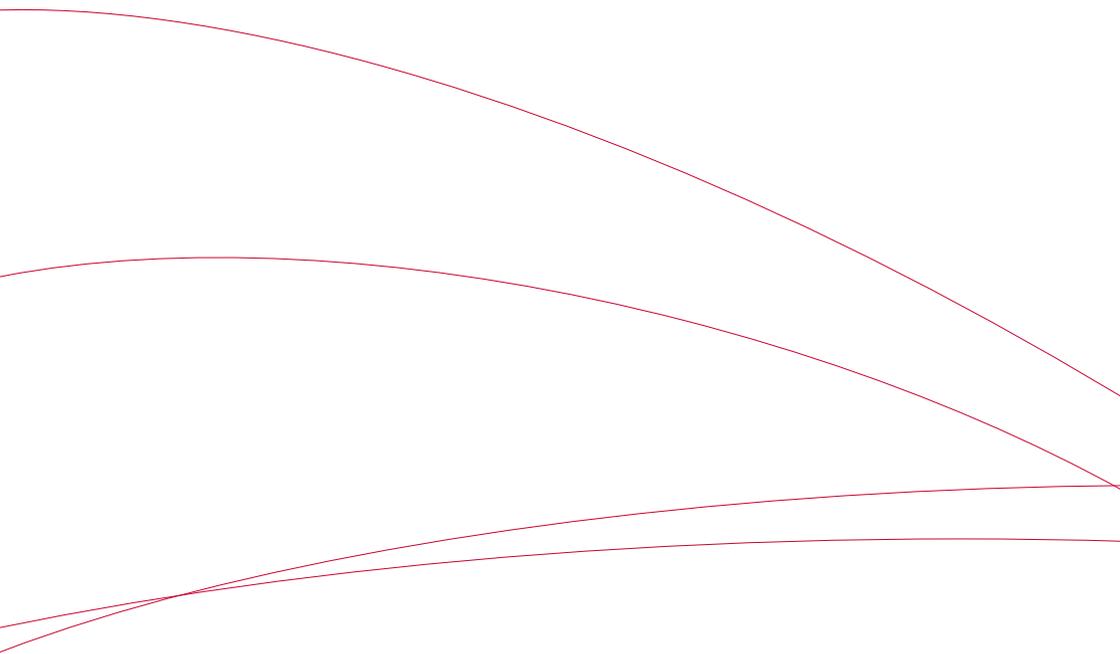
El papel del Gobierno Vasco, además de facilitar ubicaciones físicas, proporcionar financiación y otras consideraciones de carácter técnico, tiene que ser el de dinamizador, de generador de espacios de intercambio de opiniones y experiencias. Así, además, lograremos otro de nuestros objetivos generales: mejorar nuestra respuesta y nuestro servicio a quienes conforman el tejido empresarial vasco.

Para finalizar, quiero recordarte que cualquier idea de negocio merece ser valorada. Ninguna es buena o mala en sí. Será oportuna, sólida y viable en función de una serie de factores que entre todos podemos estudiar. Recuerda que estamos cerca y a tu disposición. Consúltanos.

Y sólo me queda animarte a seguir, y mostrar mi reconocimiento, porque la capacidad de trabajo, la visión de oportunidad de negocio, asumir riesgos y comprometer patrimonio y tiempo para llevar adelante un proyecto, es un valor que sólo los emprendedores tienen. Y si tú tienes el privilegio de formar parte de ese grupo, espero que te sirva este manual.

Un saludo,

D. Bernabé Unda Barturen  
Consejero de Industria, Innovación,  
Comercio y Turismo del Gobierno Vasco



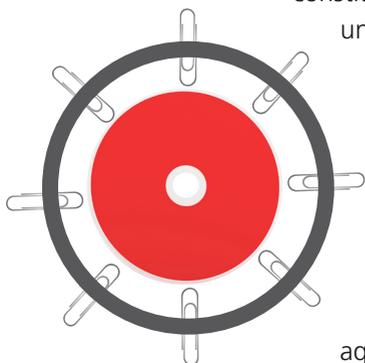
# INTRODUCCIÓN

## RUMBO a un NUEVO HORIZONTE

El presente manual pretende describir, de forma sintética, los principales aspectos que deben tomarse en consideración en todo proceso de emprendimiento, sea un pequeño comercio o una empresa industrial con planta de producción.

Para ello, primeramente se enumeran los puntos clave que debe contener el indispensable Plan de Negocio, que cumple una doble misión. Por un lado, ser una herramienta previa de reflexión y análisis de la actividad que se pretende desarrollar, y por otro lado, ser el “libro de ruta” en el devenir de la empresa en los primeros años.

Por último, una vez determinada la factibilidad del proyecto se enumeran algunos de los trámites burocráticos de constitución y puesta en marcha, así como una sucinta enumeración de entidades principales de contacto ligadas al emprendimiento. Además, se añaden tablas resumen de los principales trámites de constitución de la empresa, en función de las distintas formas jurídicas.



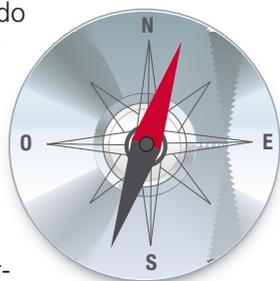
Confiamos que sea de interés para aquellas personas o colectivos que tengan una inquietud emprendedora y que requieran de una “pequeña luz inicial” que permita alumbrar el arranque del camino.

# DIEZ PASOS para CREAR una EMPRESA

## ANÁLISIS de la IDEA

### DESARROLLO del PLAN de NEGOCIO

Es importante, previo a la constitución de la empresa, plasmar la idea en papel dejando claros qué objetivos quiere alcanzar la empresa y cómo piensa lograrlos a través de un Plan de Negocio. El Plan de Negocio sirve para estudiar y planificar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto. Es también la tarjeta de presentación del empresario ante posibles colaboradores, entidades bancarias, inversores, Administraciones...



Para ayudarte a su elaboración, aquí encontrarás los diez pasos indispensables.



## 1 EMBARCACIÓN

### Descripción de la Idea, Equipo Promotor y del Producto o Servicio que va a realizar

La elección del tipo de negocio a poner en marcha es el punto de partida de todo proyecto empresarial. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio en concreto. Con carácter general, puede venir determinada por alguno de los siguientes factores:

- Oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto potencial de crecimiento.
- Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- Simplicidad del negocio.

Pero existen otros factores determinantes como el nivel técnico o el nivel económico exigido por algunos negocios, que actúan como factor disuasorio en muchos casos.

Una vez definida la idea, y antes de entrar en el análisis del Plan de Empresa, conviene que las personas promotoras se planteen algunas preguntas:

- ¿Se trata de una idea realista?
- ¿Es viable técnicamente?
- ¿Es viable desde el punto de vista económico?
- ¿Se está en condiciones de poder acometerla?
- ¿Su rentabilidad justifica los esfuerzos necesarios para ponerla en marcha?

Pero, sin duda, el factor más importante es su ilusión, confianza o compromiso con la idea.

Además, se deberá definir el origen de la persona o grupo promotor comentando su formación, experiencia, relación entre los socios, etc. Sería adecuado adjuntar los currículos de los integrantes del proyecto.

A la hora de definir el producto o servicio que se va a realizar, los subpartados a tener en cuenta son los siguientes:

- Definición de las características del producto o servicio que va a ser objeto de la actividad de la empresa.
- Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre, definiendo los posibles clientes potenciales.
- Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia.
- Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto o la prestación del servicio.
- Protección jurídica o patentes. Una patente es un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva la invención, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular. Como contrapartida, la patente se pone a disposición del público para general conocimiento.

Cualquier persona física o jurídica puede actuar bien directamente, bien mediante agente de la propiedad industrial o representante debidamente autorizados.

La solicitud de patente y demás documentos que la acompañan se puede presentar:

- directamente en la Oficina Española de Patentes y Marcas,
- en los registros de cualquier órgano administrativo de la Administración General del Estado, de cualquier Administración de las CCAA,
- en las Oficinas de Correos,
- en las representaciones diplomáticas u oficinas consulares de España en el extranjero.

Recientemente se ha habilitado un servicio para realizar la solicitud de invenciones nacionales (patentes y modelos de utilidad) a través de Internet.



## 2 | RUMBO Estudio de Mercado

El estudio de mercado consiste en demostrar que existe una oportunidad de negocio. Es una labor de investigación a partir de datos externos. Hay que tener claro a qué mercado se dirige la empresa y quiénes serán sus clientes potenciales.

Con el estudio de mercado se pretende que la persona emprendedora 'salga a la calle' y analice su entorno inmediato, y hable con los clientes potenciales, competencia, proveedores, distribuidores etc; y obtenga información valiosa para su empresa.

Para conseguirlo se puede acudir a dos vías: una, fuentes de información externa (cámaras de comercio, bibliografía, directorios, publicaciones, instituciones...); y otra, utilizar cuestionarios estructurados y dirigirlos a aquellos agentes de los cuales se requiere información,

tales como: clientes potenciales, proveedores, competencia, etc.

De forma general, los datos del estudio deberán dar respuesta a:

### **Descripción del mercado**

---

Para determinar el mercado se deben conocer las siguientes características del producto o servicio:

- ¿qué necesidad resuelve? ¿y cuáles no?
- ¿por qué, en qué momento y dónde satisface esa necesidad?
- ¿cómo se satisface la necesidad?

Tras conocer la necesidad que se pretende satisfacer con el producto o servicio ofertado es preciso cuantificar el volumen del mercado objetivo de la empresa, conociendo la demanda actual del producto o servicio que se va a ofertar. Con este objetivo se tendrá que buscar información a través de distintas fuentes (estudios sectoriales, datos de la competencia, etc.).

Una vez determinada la demanda actual, se pasará a determinar la demanda futura teniendo en cuenta las variables que puedan hacer que esta demanda varíe en el futuro, como son: cambios de legalidad, ciclo de vida en el que se encuentre ese producto, las barreras de entrada presentes y futuras en el mercado, etc.

### **El cliente**

---

En este apartado se debe:

- Definir el perfil de sus clientes analizando sus perfiles demográficos (edad, sexo, estado civil...), socioeconómicos (nivel de ingresos, ocupación...), psicológicos (aficiones, valores, personalidad...).
- Analizar sus motivaciones de compra (la moda, el interés económico, la comodidad...).

- Conocer sus hábitos de compra y los factores que más influyen, por qué compran, el cómo y cuándo toman sus decisiones, dónde y cuánto compran.

### **La competencia**

---

Cómo actúa en el mercado; quiénes son los competidores; qué tipo de empresas, su localización, volumen de ventas, rentabilidad, puntos fuertes y débiles; comparativamente, cómo somos en precios y servicios, qué ventajas tenemos sobre ellos; cuáles son sus reacciones ante nuevos competidores; quiénes son los líderes.

### **El posicionamiento de nuestra empresa**

---

En qué segmento de mercado podemos ser competitivos, en función de la clasificación de los mercados objetivo, según los grupos de clientes y sus comportamientos de compra.

Se recomienda que este estudio de mercado se planifique previamente y se decida, por una parte, cuáles son los datos e información que queremos conseguir y cuáles son las fuentes a consultar (fuentes documentales o encuestas propias); y por otra, en caso de encuestas, cuáles son los destinatarios, su número (clientes, proveedores, distribuidores) y la forma de realizarla (entrevista personal, por envío postal, fax o por teléfono).



## 3 | CARTA DE NAVEGACIÓN

### Plan de Marketing

A continuación se plantean las distintas etapas para la elaboración de un Plan de Marketing que, bien se realice directamente por la persona promotora o el equipo promotor, debe cumplir o dar respuesta a las siguientes etapas:

- Análisis de la situación
- Determinación de objetivos
- Elaboración y selección de estrategias
- Plan de acción comercial
- Establecimiento de presupuesto
- Métodos de control

#### Análisis de la situación

Su objetivo es organizar y sistematizar la información necesaria para completar el conocimiento y descripción del negocio, tanto del conjunto del sector en el que se va a desarrollar la actividad como información interna del proyecto.

En cuanto a la información interna del proyecto se trata de definir:

1. La misión o vocación de la empresa.
2. Los objetivos generales de la empresa (financieros, de producción, recursos humanos, etc.).
3. La forma de actuar de la empresa, detallando los medios con los que contará para conseguir la misión y objetivos anteriormente detallados.

Dentro de la información externa, en base al estudio de mercado previamente realizado, se debe analizar la siguiente información: demanda, cliente y competencia analizada en el estudio de mercado.

Asimismo, se estudiará el entorno analizando:

- Entorno socio demográfico: crecimiento de la población, variación de la distribución por edades, nivel educativo y cultural...
- Entorno económico: estructura productiva, productividad, renta per cápita y distribución de la misma...
- Entorno tecnológico: infraestructuras tecnológicas, centros de I+D, etc. que puedan tener relación con el proyecto.
- Entorno institucional: instituciones, medidas de políticas económicas, situación de las relaciones internacionales, etc.

### Determinación de los objetivos de marketing

Una vez realizadas las fases de recogida de información y análisis, ya se está en condiciones de saber dónde está posicionada la empresa, y se pretende determinar a dónde se quiere llegar y qué camino seguir.

Para definir los objetivos hay que tener claro que estos deben ser:

- Viables. Es decir, que se puedan alcanzar y que estén formulados desde una óptica práctica y realista.
- Concretos y precisos.
- En el tiempo. Ajustados a un plan de acción.
- Consensuados. Englobados en la política general de la empresa, aceptados y compartidos por el resto de los departamentos.
- Flexibles. Totalmente adaptados a la necesidad del momento.
- Cuantitativos, tales como, previsión de ventas, porcentaje de beneficios, captación de nuevos clientes, recuperación de clientes perdidos, participación de mercado, coeficiente de penetración, etc.
- Cualitativos, tales como, mejora de imagen, mayor grado de reconocimiento, calidad de servicios, apertura de nuevos canales, mejora profesional de la fuerza de ventas, innovación, etc.

## Elaboración y selección de estrategias de marketing

Tras haber marcado los objetivos, tanto cuantitativos como cualitativos, y teniendo en cuenta el público objetivo, se elaborarán las estrategias de marketing. A continuación, se indican algunas posibles estrategias:

- Conseguir un mejor posicionamiento.
- Ampliar la gama de productos o servicios.
- Modificar los canales de distribución.
- Modificar los sistemas de entrega.
- Especializarse en ciertos productos o mercados.

## Plan de acción comercial

En la definición del plan de acción comercial se deben detallar cuáles son las decisiones más importantes en los cuatro puntos del Marketing-Mix: Producto, Precio, Distribución, y Comunicación (publicidad y promociones).

### 1. Producto

El producto es el elemento esencial del Marketing Mix. Sus elementos fundamentales son: calidad, características, marca, tipos de empaquetado, diseño, servicios relacionados, etc.

A la hora de definir el producto se deben seguir los siguientes pasos:

- Listar los productos o servicios que ofrece la empresa.
- Agrupar los productos o servicios por líneas homogéneas para formar la cartera de productos.
- Asegurarnos de que los productos y/o servicios resuelven necesidades no satisfechas.
- Comparar los productos o servicios con los de la competencia.

- Analizar la innovación en los productos y/o servicios.
- Tratar de definir y madurar los productos y/o servicios.

## 2. Precio

El producto o servicio tiene un precio que debemos estipular en función de una serie de criterios que debemos reflejar en este subapartado. A la hora de fijar el precio de un producto o servicio suelen emplearse tres métodos:

- Fijar los precios a partir de los costes de fabricación.
- Fijar los precios de acuerdo con el mercado o la demanda.
- Fijar los precios teniendo en cuenta los precios de la competencia.

También debemos explicar si se van a realizar descuentos, de qué tipo y en qué condiciones.

Es interesante detallar la política de cobros a seguir con nuestros clientes, especificando plazos medios de cobro.

## 3. Distribución

Determinación de los canales de distribución más adecuados. El tipo de canal más adecuado se deduce del mercado elegido, de los condicionantes de la empresa y de las normas de distribución del sector.

## 4. Promoción/Comunicación

La puesta en marcha del proceso de comunicación va a requerir la utilización de diferentes instrumentos: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo, esponsorización o patrocinio y ferias o exposiciones.

En este subapartado se debe definir también como elemento importante de comunicación el nombre de la empresa, especificando si se ha registrado, así como la imagen corporativa de la empresa (logotipo, página web, etc.).

## **Establecimiento de presupuesto**

---

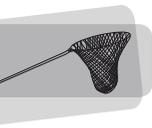
Una vez que se sabe qué es lo que hay que hacer, sólo faltan los medios necesarios para llevar a cabo las acciones definidas previamente, materializándolo en un presupuesto.

## **Métodos y sistemas de control**

---

El control es el último requisito exigible a un Plan de Marketing. A través de este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones a tenor de las consecuencias que éstos vayan generando para poder aplicar soluciones y medidas correctoras con la máxima inmediatez.

A continuación se exponen algunos indicadores de control para evaluar las posibles desviaciones: resultados de ventas (por productos/servicios, por vendedor...), rentabilidad de las ventas (por productos/servicios, por vendedor...), ratios de visitas a cliente por pedido, ratios de ingresos por pedido, etc.



## 4 | APAREJOS

### Definición de Ubicación y Plan de Producción

En este apartado se establecerá la ubicación, los medios técnicos que se necesitan para poner en marcha el proyecto, su coste y su financiación, así como el Plan de Producción. Siendo este último uno de los aspectos básicos de este apartado.

Entre los factores de ubicación que hay que valorar se encuentran los siguientes:

- La proximidad en relación con el mercado objetivo.
- La existencia de vías de comunicación próximas que permitan llegar con facilidad a todos los mercados (tanto nacionales como internacionales).
- El acercamiento a las fuentes de aprovisionamiento de materias primas.
- La oferta de mano de obra cualificada en el entorno.
- Las expectativas en cuanto al crecimiento del mercado potencial local.
- La repercusión de las distancias en el coste de transporte y en el coste total del producto o servicio ofrecido.
- La existencia de vías de comunicación próximas que permitan llegar con facilidad a todos los mercados (tanto nacionales como internacionales).
- El nivel de equipamiento de la zona seleccionada en materias tales como energía, teléfono y agua.
- Las posibilidades de contar con empresas auxiliares en las cercanías para subcontratar ciertos trabajos cuando ello sea necesario.
- Los condicionamientos físicos y legales con vistas a poder ampliar en un futuro la capacidad de las instalaciones o del negocio.

Una vez determinada la localización de la empresa, habrá de determinarse la naturaleza y características de los activos inmovilizados necesarios para el desarrollo posterior de la actividad. Esta decisión referente a esta inversión en activo fijo, comporta el estudio de características técnicas, coste de adquisición, gastos operativos, vida técnica, etc.

En cuanto al Plan de Producción habrán de estudiarse y obtenerse las respuestas a los siguientes puntos:

- Descripción y organización del proceso productivo o del proceso de generación del servicio.
- Indicar si es necesario subcontratar algún servicio.
- Bienes y tecnologías de la producción o de prestación del servicio.
- Aspectos legales de la producción o prestación del servicio: licencias propias o adquiridas, transferencia de tecnología.
- Aspectos legales de los productos o servicios: modelos industriales, modelos de utilidad y patentes. Certificaciones y homologaciones.
- Necesidades de personal.
- Materias primas y materiales necesarios.
- Listado de proveedores, otras fuentes de aprovisionamiento alternativas y su localización. Condiciones de suministro y de pago (descuentos, rápeles, etc.).
- Estacionalidad de la producción y/o prestación del servicio, así como de suministro de materias primas.

Debe tenerse en cuenta, a la hora de la realización del documento Plan de Producción, que los aspectos referidos a las inversiones en terrenos, edificios, instalaciones y equipos, quedarán reflejados en el documento Plan de Inversiones (apartado Estudio Económico Financiero); y de la misma manera los aspectos referentes al personal de producción se recogerán en el Plan de Recursos Humanos.



## 5 | TRIPULACIÓN **Organización y Recursos Humanos**

Servirá para definir el organigrama y distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables. Además, se determinará la selección de personal en caso de que sea necesario así como los servicios de subcontratación y asesoramiento externo.

A su vez, existen varios aspectos fundamentales que cualquier interesado en iniciar una nueva empresa o una nueva actividad debe tener en cuenta:

### **Estructura mínima organizativa**

---

Se trata de calcular el número de personas necesarias para poner en funcionamiento la empresa en cada uno de los niveles de la empresa. En empresas de pequeña dimensión, un factor importante a considerar es la polivalencia: diferentes tareas pueden ser desempeñadas por una misma persona.

Una herramienta que puede ayudar a clarificar la organización de la empresa es el organigrama. En el organigrama se recogen las diferentes funciones que se realizan en la empresa, los responsables y, si se desea, el número de personas trabajadoras asignadas a dicha función o departamento.

Esta estructura mínima siempre estará determinada por los objetivos y estrategias que se hayan fijado para la empresa.

### **Perfil de las personas que se incorporan a la empresa**

---

El perfil de las personas que sería deseable que se incorporaran a la empresa, debe de valorarse desde dos perspectivas:

- La empresa, es decir, antes de elegir a una persona concreta debe de determinarse la cultura general de la empresa y del empresario/a, y conocer los hábitos del sector en el área de los recursos humanos.

- El puesto de trabajo. Debe juzgarse la competencia técnica necesaria y las capacidades personales para el desempeño del puesto.

La justa valoración de estas dos consideraciones ayudará a definir el perfil de la persona que ocupe un puesto de trabajo determinado dentro de la organización.

### **Determinación de las relaciones laborales**

---

No necesariamente todas las relaciones entre una persona que realice un trabajo para la empresa y la propia empresa son relaciones laborales (contrato de trabajo). El tipo de vínculo o relación va a venir determinado por el tipo de trabajo a realizar. Por ejemplo: no es lo mismo actividad de asesoramiento jurídico, laboral o fiscal, que el trabajo continuo de un operario que trabaja ocho horas diarias manipulando una máquina. Por ello, es conveniente que se utilice la subcontratación en aquellas actividades para las cuales la empresa no está especializada o preparada.

Otro elemento determinante que se tiene que tener en cuenta para la decisión de la elección del tipo de relación que se quiere, es el estudio de las distintas modalidades de contratación (consultar Lanbide), así como el análisis del coste real de las distintas alternativas.



## 6 | PROVISIONES Estudio Económico Financiero

Es necesario determinar cuáles serán los fondos necesarios para poner en marcha la empresa y cómo se va a obtener el capital.

Así pues, el Plan Económico Financiero puede tener definido un doble objetivo:

- Determinar la viabilidad del proyecto. Este documento recogerá las estimaciones establecidas por el resto de los planes ya realizados (marketing, recursos humanos, inversiones, producción, etc.) en términos monetarios y formará con estas estimaciones los documentos que posibiliten obtener conclusiones acerca de la citada viabilidad global del proyecto.
- Servir como guía de desarrollo del proyecto a través de la cual por un lado, se fijarán sus necesidades financieras y su capacidad de generación teórica de fondos, y por otro lado se podrán determinar en el futuro las desviaciones que con respecto a la realidad se pudieran producir, mostrando los posibles errores de estimación y/o de planificación en los que se pudiera haber incurrido.

Esta parte del plan de empresa se estructurará en base a los siguientes apartados:

- Plan de Inversión y de Financiación.
- Balance Previsional y Plan de Tesorería Previsional.
- Cuenta de Resultados Previsional.

Se trata, en definitiva, de establecer un posible modelo de desarrollo de Plan Económico-Financiero en un horizonte temporal de tres años.

## Plan de Inversión y de Financiación

Descripción de las inversiones previstas en los tres primeros años.

INMOVILIZADO. Elementos que necesita la empresa para realizar su actividad y que tienen vocación de permanencia.

PLAN DE INVERSIONES			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Inmovilizado Material</b>			
Terrenos y Bienes Naturales			
Construcciones			
Instalaciones Técnicas			
Maquinaria			
Utillaje			
Otras Instalaciones			
Mobiliario			
Equipos para Proceso de Información			
Elementos de Transporte			
Otro Inmovilizado Material			
<b>Inmovilizado Intangible</b>			
Desarrollo			
Concesiones			
Patentes, Licencias, Marcas y Similares			
Fondo de Comercio			
Derechos de Traspaso			
Aplicaciones Informáticas			
Otro Inmovilizado Intangible			
<b>Fianzas y Depósitos</b>			
TOTAL INVERSIONES			

Se deberá realizar el cálculo de las amortizaciones del activo fijo dependiendo de los plazos establecidos en el Plan General Contable en base a la naturaleza del mismo.

Financiación prevista de las inversiones a lo largo de un horizonte temporal de tres años.

PLAN DE FINANCIACIÓN			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Fuente de Financiación</b>			
Capital Social			
Otros Fondos Propios			
Préstamos a l/p			
Leasing			
Créditos a c/p			
Otros			

Se deben comentar cuáles son las condiciones de la financiación ajena: entidad financiera, importe, tipo de interés, plazo de amortización, carencia, etc.

### **Balance Previsional y Plan de Tesorería Previsional**

El documento que formaliza el equilibrio entre inversión y financiación es el balance. Para la realización de este documento se utilizará la información detallada en el Plan de Inversión y de Financiación del apartado anterior.

En el mismo queda determinada la posición financiera de la empresa en un momento dado, y nos muestra el equilibrio financiero existente en el proyecto en función de las hipótesis utilizadas para su realización. El equilibrio obtenido nos determinará si fuera necesario el cambio de alguna de las hipótesis marcadas inicialmente.

ACTIVO	AÑO N	AÑO N+1	AÑO N+2	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	AÑO N	AÑO N+1	AÑO N+2
<b>INMOVILIZADO</b>				<b>PATRIMONIO NETO</b>			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>				<b>FONDOS PROPIOS</b>			
<b>Inmovilizado Intangible</b>				Capital			
Desarrollo				Prima de emisión			
Concesiones				Reservas			
Patentes, licencias, marcas y similares				Resultados de ejercicios anteriores			
Fondo de comercio				Otras aportaciones de socios			
Derechos de traspaso				Pérdidas y ganancias			
Aplicaciones informátic.				Resultado del ejercicio			
Otro inmovilizado intangible				SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS			
Amortizaciones				<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
<b>Inmov. Material</b>				Provisiones a largo plazo			
Terrenos y construcciones				Deudas a largo plazo			
Instalaciones técnicas				Deudas con entidades de crédito			
Maquinaria				Otras deudas a largo plazo			
Otras instalaciones				Pasivos por impuesto diferido			
Utillaje				<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Mobiliario				Provisiones a corto plazo			
Otro inmovilizado				Deudas a corto plazo			
Amortizaciones				Deudas con entidades de crédito			
<b>Inmov. Financieras</b>				Otras deudas a corto			
Dep. y fianzas a lp				Acreedores comerciales y otras deudas a pagar			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				Proveedores			
<b>Existencias</b>				Otros acreedores			
Comerciales				Otras deudas no comerciales			
Materias primas							
Productos en curso							
Productos terminados							
Subproductos							
Deterioros							
<b>Deudores</b>							
Clientes por ventas y prestación de servicios							
Deudores varios							
Personal							
Administraciones Públicas							
Deterioros							
Tesorería							
<b>TOTAL ACTIVO</b>				<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>			



Además, se debe determinar el Plan de Tesorería Previsional que tiene por objeto calcular cuáles serán los cobros (entradas de dinero) y los pagos (salidas de dinero) previstos para un periodo determinado. El cálculo se realiza para periodos mensuales.

Para su realización debemos anotar cada uno de los pagos indicando el concepto (alquileres, salarios, compra de materias primas, publicidad, impuestos, etc.), así como cada cobro, es decir el día en que se produce el ingreso y no el día en que se realizó la operación (cobros por ventas, dinero de préstamos, aportaciones de los socios, etc.).

Finalmente, restamos a los cobros los pagos que se han producido permitiendo conocer si hay superávit (los cobros son superiores a los pagos) o déficit de caja (los pagos son superiores a los cobros, ocasionando problema de liquidez), pudiendo gestionar adecuadamente la situación al conocerla de forma anticipada.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>COBROS</b>													
Cobros de Ventas o Servicios													
I.V.A. Repercutido													
Aportaciones al Capital Social													
Subvenciones													
Préstamos													
Créditos													
<b>TOTAL COBROS</b>													
<b>PAGOS</b>													
<b>Inversiones</b>													
Inmovilizado Intangible													
Inmovilizado Material													
Inmovilizado Financiero													
<b>Costes</b>													
Materias Primas													
Existencias													
<b>Generales</b>													
Servicios Exteriores													
Arrendamientos y Canones													
Reparación y Conservación													
Servicios de Profesionales Independientes													
Transportes													
Primas de Seguros													
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas													
Gastos Generales													
Otros Servicios													
Tributos													
Impuesto sobre Beneficios													
Otros Tributos													
<b>Personal</b>													
Sueldos y Salarios													
Seguridad Social Autónomos													
Seguridad Social Trabajadores													
Retenciones I.R.P.F.													
Otros Gastos Sociales													
<b>Financieros</b>													
Intereses de Deudas													
Amortización de Deudas													
<b>I.V.A. Soportado</b>													
<b>TOTAL PAGOS</b>													
<b>DIF. COBROS - PAGOS</b>													
<b>TESORERÍA INICIAL</b>													
<b>SALDO FINAL PREVIO</b>													
<b>LIQUIDACIÓN DE I.V.A.</b>													
<b>SALDO FINAL DEFINITIVO</b>													

## Cuenta de Resultados Previsional

---

En la Cuenta de Resultados Previsional se reflejará el posible beneficio o pérdida del proyecto como diferencia entre los ingresos y los gastos estimados del mismo y estableciendo la posición económica del proyecto.

La información de apartados anteriores nos facilitará los datos para la determinación de la Cuenta de Resultados Previsional.

El Plan Comercial definirá el volumen de ventas del proyecto por cada producto. Esta previsión marcada como objetivo de la empresa formará el capítulo de ingresos de la Cuenta de Resultados.

El capítulo de gastos estará formado por las compras, directamente correlacionadas con las ventas ya fijadas y determinadas en el plan comercial, servicios y suministros exteriores y gastos de personal (ya definidos en el apartado de organización y recursos humanos).

El cálculo de las amortizaciones del activo fijo dependerá de la estructura y naturaleza del mismo que determina la vida útil de cada uno de los bienes. Toda la información referente a estas características de las inversiones ya ha sido definida en el apartado anterior.

El resultado antes de gastos financieros constituye los fondos que genera la propia empresa. La parte de esta financiación necesaria para el proyecto que se obtenga a través de recursos ajenos, determinará el coste financiero del mismo y constituirá los gastos financieros de la cuenta de explotación.

**CUENTAS DE RESULTADOS PREVISIONALES**

CONCEPTO	AÑO N	AÑO N+1	AÑO N+2
Ventas netas, prestación de servicios y otros ingresos de explotación			
(+/-) Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación			
(+/-) Trabajos efectuados por la empresa para su inmovilizado			
(+) Subvenciones a la explotación			
<b>(=) VALOR DE LA PRODUCCIÓN</b>			
(-) Compras netas			
(+/-) Variación de existencias de mercaderías, materias primas y otras materias consumibles			
(-) Gastos externos y de explotación			
<b>(=) VALOR AÑADIDO DE LA EMPRESA</b>			
(-) Otros gastos			
(+) Otros ingresos			
(-) Gastos de personal			
<b>(=) RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN</b>			
(-) Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado			
(-) Dotaciones al fondo de reversión			
(-) Insolvencias de créditos y variación de las provisiones de tráfico			
<b>(=) RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN</b>			
(+) Ingresos financieros			
(-) Gastos financieros			
(-) Dotaciones para amortizaciones y provisiones financieras			
<b>(=) RESULTADO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>			
(+) Beneficios procedentes del inmovilizado e ingresos excepcionales			
(-) Pérdidas procedentes del inmovilizado y gastos excepcionales			
(-) Variación de las provisiones de inmovilizado inmaterial, material y cartera de control			
<b>(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>			
(+/-) Impuesto sobre sociedades			
<b>(=) RESULTADO DESPUÉS DE IMPUESTOS (Beneficio o Pérdida)</b>			



## 7 | METEOROLOGÍA Análisis DAFO

Evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con aspectos internos del proyecto y las oportunidades y amenazas que se refieren al micro y macro entorno del proyecto.

		DEBILIDADES	AMENAZAS
E M P R E S A		Aquellos aspectos internos que supongan una desventaja comparativa frente a esas mismas empresas competidoras.	Aspectos coyunturales del micro y macro entorno que, pueden situar a la empresa en peor situación competitiva, si no se afrontan adecuadamente.
			FORTALEZAS
	ENTORNO	Aspectos intrínsecos de la empresa que supongan una ventaja comparativa frente a las demás empresas competidoras del sector.	Factores coyunturales del entorno que favorecen la situación competitiva de la empresa.

Para el análisis interno es necesario estudiar entre otros datos:

- Los recursos humanos y materiales disponibles, la tecnología, capital de trabajo y acceso al crédito.
- Los bienes inmateriales disponibles como la marca, imagen, satisfacción del cliente, etc.

Por otro lado, el análisis externo, requiere evaluar aspectos tales como:

- Los aspectos económico, tecnológico, político, legal, cultural y social.
- Las grandes tendencias locales e internacionales, en términos de preferencias de los consumidores.
- La competencia actual y potencial.

## 8 | RUTAS Elección de la Forma Jurídica

En este apartado se determina la elección de la forma jurídica de la empresa.

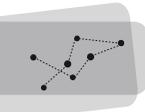
Existen diferentes formas jurídicas para la creación de empresas.

- La persona física. Es el propietario único de la empresa, que dirige, gestiona y percibe todos sus beneficios asumiendo responsabilidad ilimitada.
- La persona jurídica. Organización de una o un grupo de personas que desarrollan las funciones propias de la actividad empresarial asumiendo responsabilidades limitadas en función de la configuración jurídica mercantil que se elija.

A continuación se muestra el cuadro comparativo de todas ellas:

PERSONALIDAD	FORMA	Nº de SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD DIRECTA	
Personas Físicas	Empresario individual	1	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
	Comunidad de bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
	Sociedad civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
Personas Jurídicas	Sociedades mercantiles	Sociedad colectiva	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	Impuesto de sociedades
		Sociedad de responsabilidad limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad Limitada Nueva empresa	Máximo 5	Mínimo 3.012 € Máximo 120.202 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad comanditaria por acciones	Mínimo 2	Mínimo 60.000 €	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de sociedades
		Sociedad comanditaria simple	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de sociedades
	Sociedades mercantiles especiales	Sociedad laboral	Mínimo 3	Mínimo 60.000 € (SAL) Mínimo 3.000 € (SLL)	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad cooperativa	Mínimo 3	Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades (Régimen especial)
		Agrupación de interés económico	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad de inversión mobiliaria		Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada	Impuesto de sociedades

Elaboración propia. Datos DGF/PME



## 9 | ESCALAS

### Trámites de Constitución

Sea cual fuere la forma jurídica adoptada, hay que solicitar al Ayuntamiento o Junta Municipal correspondiente una **Licencia Municipal de Apertura** (Licencia de Actividades e Instalaciones) y en caso de que fuera necesario, obtención de la **Licencia de Obras**.

A continuación se muestran los trámites básicos y generales de constitución de la empresa, según la forma jurídica:

#### Personas Físicas

---

- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.).
- Alta en el Censo de Obligados Tributarios (Modelo 036).
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

#### Personas Jurídicas

---

- Elección, nombre o razón social y certificación negativa (Registro Mercantil Central).
- Escrituras de constitución (Estatutos Sociales).
- Otorgamiento escrituras. “Acto socios/partícipes ante el notario”.
- Inscripción registral y pago de tributos.
- Solicitud código identificación fiscal (30 días posteriores a la constitución).
- Registro marcas y patentes. Protección de identidad y de posibles invenciones. Propiedad intelectual.

(Más información de los trámites legales-burocráticos en el apartado 10)

## SI SE ADOPTA LA FORMA DE EMPRESARIO INDIVIDUAL:

### Requisitos previos:

---

- Ser mayor de edad y tener libre disposición de bienes propios.

### Principales trámites:

---

- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Entidad: Haciendas Forales.
- Alta en el censo de obligados tributarios (modelo 036). Entidad: Haciendas Forales.
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Entidad: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

### En su momento oportuno, se procederá a:

---

- Pagos fraccionados a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Entidad: Haciendas Forales.
- Declaración-liquidación de las retenciones a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Entidad: Haciendas Forales.
- Declaración-liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Entidad: Haciendas Forales.
- Declaración-liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Entidad: Haciendas Forales.
- Ingreso de las cotizaciones al Régimen correspondiente del Sistema de la Seguridad Social. Entidad: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

### Si se va a contratar trabajadores:

---

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social. Entidad: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.
- Afiliación y alta de trabajadores al Régimen General de la Seguridad Social. Entidad: Dirección Provincial de la Tesorería

General de la Seguridad Social y comunicación en la oficina correspondiente de Lanbide en el plazo de 10 días siguientes a la concertación del contrato.

- Comunicación de apertura de centro de trabajo. En el plazo de 30 días siguientes a haberse producido la apertura se debe de comunicar mediante modelo oficial en las Delegaciones Territoriales de Trabajo y Seguridad de Gobierno Vasco.
- Libro de visita. Entidad: Sellado en la Dirección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.

## SI SE OPTA POR LA FORMA DE SOCIEDAD MERCANTIL (PERSONA JURÍDICA):

### Principales trámites:

---

- Certificación negativa del nombre (el nombre elegido no pertenece a otra sociedad constituida). Entidad: Registro Mercantil central.
- Justificante de depósito bancario del capital social (fundamentalmente en las aportaciones para participaciones en Sociedades Limitadas). Entidad: Oficinas de cualquier entidad bancaria.
- Otorgamiento de la escritura pública y estatutos sociales ante notario.
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (modelo 600). Entidad: Haciendas Forales.
- Obtención del Código de Identificación Fiscal (CIF). Entidad: Haciendas Forales.
- Inscripción en el Registro Mercantil.

- Alta en el censo de obligados tributarios (modelo 036). Entidad: Haciendas Forales.
- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (modelo 840): durante los dos primeros años, la sociedad está exenta de pago y, a partir del tercer año, está obligada al pago del impuesto siempre que la cifra de negocio de la sociedad alcance el millón de euros. Entidad: Haciendas Forales.
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Entidad: Direcciones Provinciales de la Tesorería General de la Seguridad Social.

#### **En su momento oportuno, se procederá a:**

---

- Declaración-liquidación de las retenciones a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Entidad: Haciendas Forales.
- Declaración-liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Entidad: Haciendas Forales.
- Pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades. Entidad: Haciendas Forales.
- Declaración-liquidación del Impuesto sobre Sociedades. Entidad: Haciendas Forales.
- Ingreso de las cotizaciones al Régimen correspondiente del Sistema de la Seguridad Social. Entidad: Delegaciones Territoriales de Trabajo y Seguridad de Gobierno Vasco.

#### **Si se va a contratar trabajadores:**

---

- Los mismos pasos que en la forma de empresario individual.



# 10 | AMARRES

## Cuadros Resumen Trámites Jurídico-Burocráticos

Trámites para la constitución de la empresa en función de las distintas formas jurídicas:

FORMA JURÍDICA	TRÁMITE	LUGAR DE REALIZACIÓN	TIEMPO DE REALIZACIÓN	COSTE APROXIMADO
PROFESIONAL	NINGUNO			
EMPRESA INDIVIDUAL	NINGUNO			
SOCIEDADES CIVILES Y COMUNIDADES DE BIENES	Realización del documento privado de constitución	Lo pueden redactar los/as propios/as interesados/as siguiendo algún modelo o encargarlo a alguna asesoría		Si se encarga a alguna asesoría el coste suele rondar entre 35-65 euros
	Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)	Se solicita en Hacienda Foral	En el acto	Gratuito
	Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (ITP)	Se solicita en Hacienda Foral	En el acto	El 1% del capital social indicado en el documento de constitución
SOCIEDADES MERCANTILES	Obtención de la Certificación Negativa de Denominación Social (CNDS)	Se puede solicitar directamente por correo al Registro Mercantil Central de Madrid o realizarlo a través de alguna asesoría	Por correo, unos 15 días, y a través de asesoría, unos 5 días	Realizando el trámite nosotros unos 20 euros. Si realizamos el trámite a través de asesoría unos 35 euros.
	Otorgamiento de Escritura Pública (incluyendo estatutos)	Ante Notario (no es obligatorio en el caso de los estatutos)	Entre dos días y una semana	Depende del capital social, pero aprox. entre 300 y 480 euros
	Alta en el Censo (incluye petición del CIF). Modelo 036	En Hacienda Foral	En el acto	Gratuito
	Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (ITP)	En Hacienda Foral	En el acto	1% del capital social indicado en la escritura
	Solicitud de calificación de la sociedad como laboral (Sólo para Sociedades Laborales)	Departamento de Trabajo del Gobierno Vasco. Dirección de Economía Social	Entre 4 días y una semana	Gratuito
	Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil	Registro Mercantil	Unos 15 días	Depende del capital social, pero aprox. entre 180 y 360 euros
	Legalización del Libro de Socios/as	Registro Mercantil	Una semana	Unos 24 euros
	Legalización del Libro de Actas	Registro Mercantil	Una semana	Unos 24 euros

FORMA JURÍDICA	TRÁMITE	LUGAR DE REALIZACIÓN	TIEMPO DE REALIZACIÓN	COSTE APROXIMADO
SOCIEDADES COOPERATIVAS	Obtención de la Certificación Negativa de Denominación Social (CNDS)	Se puede solicitar directamente por correo al Registro Mercantil Central de Madrid o realizarlo a través de alguna asesoría	Por correo, unos 15 días, y a través de asesoría, unos 5 días	Realizando el trámite nosotros unos 20 euros. Si realizamos el trámite a través de asesoría unos 35 euros.
	Calificación del proyecto de Estatutos	Registro de cooperativas		
	Otorgamiento de Escritura Pública (incluyendo estatutos)	Ante Notario (no es obligatorio en el caso de los estatutos)	Entre dos días y una semana	Depende del capital social, pero aprox. entre 300 y 480 euros
	Alta en el Censo (incluye petición del CIF). Modelo 036	En Hacienda Foral	En el acto	Gratuito
	Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (ITP)	En Hacienda Foral	En el acto	1% del capital social indicado en la escritura
	Inscripción en el registro de cooperativas	Registro General de Cooperativas		
	Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil	Registro Mercantil	Unos 15 días	Depende del capital social, pero aprox. entre 180 y 360 euros

Cuando no hay personas trabajadoras en la empresa, los trámites de puesta en marcha son los siguientes:

FORMA JURÍDICA	Alta en el IAE	Solicitud de Licencia de Obras	Solicitud de Licencia de Apertura	Alta y afiliación de los titulares a la SS	Hojas de Reclamaciones	Comunicación de apertura de centro de trabajo	Libro de Visitas
PROFESIONAL	Sí	Sólo en aquellos casos en los que sea necesario	Sí	Sí (salvo normativa relativa a colegios profesionales)	Sólo cuando alguno de nuestros clientes no sea otra empresa	No	Sí
EMPRESA INDIVIDUAL	Sí	Idem	Sí	Sí	Idem	Sí	Sí
SOCIEDADES MERCANTILES	Sí	Idem	Sí	Sí	Idem	Sí	Sí
SOCIEDADES CIVILES	Sí	Idem	Sí	Sí	Idem	Sí	Sí
COOPERATIVAS	Sí	Idem	Sí	Sí	Idem	Sí	Sí

Si se contratan personas trabajadoras desde el inicio de la actividad o posteriormente, los trámites a realizar son los siguientes:

FORMA JURÍDICA	Inscripción de la empresa en la SS	Alta en cobertura para AT y EP	Afiliación y Alta de trabajadores en la SS	Formalización de contratos en el SEPE (LANBIDE)
PROFESIONAL	Sí	Sí	Sí	Sí
EMPRESA INDIVIDUAL	Sí	Sí	Sí	Sí
SOCIEDADES MERCANTILES	Sí	Sí	Sí	Sí
SOCIEDADES CIVILES	Sí	Sí	Sí	Sí
COOPERATIVAS	Sí	Sí	Sí	Sí



Para el desarrollo del Plan de Negocio, asesoramiento en la puesta de marcha del proyecto empresarial y búsqueda de programas de subvenciones existentes para el proyecto, existe una red de centros de apoyo a la persona emprendedora.

### Centros Europeos de Empresas e Innovación – CEEI-s

Para proyectos con componente de innovación y/o inversión, tanto del sector industrial como de servicios avanzados conexos a la industria y TIC-s.

Beaz <a href="http://beaz.bizkaia.net">beaz.bizkaia.net</a>	Alameda de Rekalde, 18 48009 Bilbao-Bizkaia	944 23 92 28
Bic Berrilan <a href="http://www.bicberrilan.com">www.bicberrilan.com</a>	Parque Tec. Miramón Paseo Mikeletegi 56 edif.B8-1ª planta 20009-Donostia-Gipuzkoa	943 00 09 99
Cedemi <a href="http://www.cedemi.net">www.cedemi.net</a>	Avda. Altos Hornos de Bizkaia, 33. 48902 Barakaldo-Bizkaia	944 18 41 00
Ceia <a href="http://www.ceia.es">www.ceia.es</a>	Parque Tecnológico de Álava Edif. CEIA. 01510 Miñano Mayor Álava	945 29 82 82
Saiolan <a href="http://www.saiolan.com">www.saiolan.com</a>	Uribarri Auzoa, 3 -Bajo 1 20500 Arrasate-Mondragón Gipuzkoa	943 71 20 72

## Agencias de Desarrollo Local-Behargintzak

---

Para proyectos del sector servicios, comercios y gremios.

Garapen <a href="http://www.garapen.net">www.garapen.net</a>	Uribitarte, 6-2° 48001 Bilbao-Bizkaia	944 24 32 23
-----------------------------------------------------------------	------------------------------------------	--------------

## Cámaras de Comercio

---

Las Cámaras de Comercio cuentan con un servicio de apoyo para todos los trámites legales referidos al proceso constituyente.

Cámara de Comercio de Bilbao <a href="http://www.camarabilbao.com">www.camarabilbao.com</a>	Gran Vía 13, 48001 Bilbao	944 70 65 00
Cámara de Comercio de Gipuzkoa <a href="http://www.camaragipuzkoa.com">www.camaragipuzkoa.com</a>	Avda. de Tolosa, nº 75 20018 Donostia-San Sebastián	943 00 03 00
Cámara de Comercio de Álava <a href="http://www.camaradealava.com">www.camaradealava.com</a>	Dato, 38 01005 Vitoria-Gasteiz	945 14 18 00

## Entidades Financieras

---

Asimismo, diferentes entidades financieras cuentan con programas específicos para cofinanciar tu proyecto empresarial.

En cualquier caso la **Sociedad SPRI, Sociedad Pública del Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco**, puede canalizar tus inquietudes de emprendizaje.

## AYUDAS Integrales del Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo a través de SPRI, PARA EMPRENDER:

---

- **Ekintzaile.** Apoyo mediante acompañamiento y la financiación para nuevos proyectos empresariales de carácter innovador industrial o de servicios conexos, tutelados por un CEI (Centro de Empresas e Innovación), para las fases de maduración de la idea y puesta en marcha de la empresa.
- **Intraemprendimiento.** Promover y dinamizar la cultura del intraemprendimiento en las empresas vascas, a través de una metodología innovadora en procesos de sensibilización, dinamización y asistencia técnica por parte de los Centros Vascos de Empresas e Innovación (CEIs) que desemboque en la creación de una nueva línea de negocio dentro de una empresa o la creación de una nueva empresa a partir de la empresa matriz.
- **Programa Crear Empresa-Centros Tecnológicos.** Favorecer la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones por parte de las Corporaciones y Alianzas Tecnológicas junto con los Centros Tecnológicos Vascos que posibiliten o favorezcan la creación y desarrollo de nuevas empresas innovadoras y/o tecnológicas industriales.
- **Programa Crear Empresa-Universidad.** Favorecer la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones por parte de las Universidades presentes en la Comunidad Autónoma del País Vasco que posibiliten o favorezcan la creación y desarrollo de nuevas empresas innovadoras y/o tecnológicas industriales.
- **Programa Business Angels.** Favorecer la creación y desarrollo de redes de "Business Angels", que contribuyan a la profesionalización de los servicios a prestar a pymes vascas. Por red de Business Angels se entienden agrupaciones de inversores privados o públicos que tengan un objetivo común: la toma de participaciones en nuevos proyectos empresariales, es decir, un punto de encuentro



entre inversores y emprendedores, donde poder evaluar proyectos de inversión, y a su vez, compartir experiencias.

- **Connect.** Apoyo al desarrollo acelerado de empresas de alto potencial de crecimiento que destinen 15% a I+D.
- **Mini-connect.** Apoyo al desarrollo acelerado de empresas de alto potencial de crecimiento que destinen 5% a I+D.
- **Transmisión empresarial y emprendimiento en el comercio.** Impulsar y favorecer la continuidad de los negocios, apoyando los procesos de transmisión.
- **Sucesión en la pyme.** Ayudar a las Pymes a planificar la sucesión en la gestión y/o propiedad para lograr que ésta se realice con éxito y asegurar así su continuidad y el mantenimiento del empleo.

Además, el Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo, a través del Grupo SPRI, pone a disposición de los emprendedores apoyo para la ubicación física, financiación, innovación e internacionalización de los proyectos de nueva creación y con carácter innovador o tecnológico.

Los Centros de Empresa e Innovación disponen en sus instalaciones de “salas de emprendedores” y de incubadoras que permiten a los nuevos promotores madurar y desarrollar su proyecto durante un periodo de tiempo limitado.

Una vez consolidada la nueva empresa, el Grupo SPRI ofrece la posibilidad de ubicaciones físicas a través de las sociedades Parques Tecnológicos y Sprilur.

lehiatzeko aldatuz goaz  
transformamos para competir

spri



902 702 142

info@spri.es

Alameda Urquijo, 36 - 4ª planta

Edificio Plaza Bizkaia

48011 Bilbao

www.spri.es