

UNIDAD 3. PRIMEROS PASOS EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

3.1. Elección de la Forma Jurídica de la Empresa

3.2. Elección del Nombre de la Empresa

3.3. El Registro de la Marca y el Dominio

3.4. Aparecer en Google Maps



Existen diferentes tipos de Empresas atendiendo a su forma jurídica

3.1. Elección de la Forma Jurídica

Ya vimos con detalle en el Módulo 1, las distintas formas jurídicas que la futura empresa puede adoptar, El número de socios que intervienen en el proyecto, el tipo de responsabilidad que desean asumir y el capital social que deben aportar para la constitución de la empresa son las tres características esenciales que nos harán decantar la elección.

Las más comunes son:

Empresario individual

También denominado autónomo, es el caso en que una persona física realiza de forma habitual, personal, directa y por cuenta propia, una actividad económica o profesional a título lucrativo, con o sin trabajadores a su cargo. Es la fórmula elegida para quien quiera desarrollar un negocio de manera individual y dirigir su gestión directamente.

Sociedad Limitada

La SL es una sociedad de capital con carácter mercantil y personalidad jurídica propia, que puede tener uno o más socios. Su capital social (un mínimo de 3.000 euros) está integrado por las aportaciones de todos los socios y se divide en participaciones sociales, indivisibles y acumulables. En la Sociedad de Responsabilidad Limitada los socios no responden personalmente de las deudas de la sociedad, sino solo hasta el capital aportado, de ahí su nombre.

Sociedad Limitada Unipersonal

Está constituida tan solo por un emprendedor y, al igual que la Sociedad Limitada, permite proteger el patrimonio personal de quien la funda. ¿La diferencia? Tan solo hay una persona a cargo del negocio sobre las que recaen todas las responsabilidades y beneficios de la actividad.

Las Sociedades Civiles

Una Sociedad Civil, es un contrato privado, entre dos o más personas, que deciden desarrollar de forma conjunta una actividad profesional con la intención de conseguir ganancias.

En otras palabras, es la forma que tienen varios profesionales de aunar esfuerzos y trabajar en un mismo negocio de manera conjunta.

Es una opción recomendable en pequeños negocios que exijan escasa inversión.

En el momento de su constitución, los socios tienen la posibilidad de elegir entre aportar trabajo, lo que les convertiría en “socios industriales”, o bienes y dinero, con lo que pasarían a ser “socios capitalistas”.

Entre sus particularidades, figuran:

- Debe constituirse con un mínimo de dos socios
- Es aconsejable que se constituya en escritura pública, porque existen aportaciones de sus socios
- Los socios, responden frente a deudas con terceros con responsabilidad personal e ilimitada.

Un ejemplo de Sociedad Civil es la Comunidad de Bienes.

3.3. La Elección del Nombre

Uno de los mayores quebraderos de cabeza de todos los emprendedores es elegir el nombre adecuado para su negocio. Se trata de una tarea compleja, difícil y que requiere de mucha creatividad y paciencia. Además, si lo anterior no fuera poco, el éxito o fracaso del negocio puede depender en gran medida de la elección.

A todas las técnicas empleadas para determinar el nombre una empresa reciben el nombre de **Naming**.

La palabra Naming proviene del inglés y se traduce como “denominación” o “Nombramiento”. Se trata del primer paso que se debe de hacer para dotar de significado a nuestra marca. Puede parecer algo sencillo y puramente simbólico, pero la importancia de hacer bien este trabajo es muy elevada.

El nombre de nuestra marca será la primera impresión que tengan de nuestro negocio todas las personas, por lo que es imprescindible transmitir bien todos los valores que nos hayamos propuesto en un principio.

En primer lugar, hay que tener claro que el nombre que elijamos ha de ser claro y conciso, con facilidad para su pronunciación y escritura y que resulte atractivo para la persona que lo escucha.

Los expertos en Naming, aconsejan lo siguiente:

- Debe de ser un nombre nuevo, único y diferente a todo lo existente. La lucha por la diferenciación debe de empezar desde el primer momento. Tu nombre tiene que evocar a la diferenciación y novedad.
- El nombre deberá de ser sugerente. Con él, cualquier persona que lo escuche deberá de pensar en lo que queremos que nuestro nombre sugiera.
- Sería interesante, que tuviese flexibilidad. Es decir, que se pueda extender a otros sectores o categorías, pues aunque empecemos nuestro negocio enfocados a un sector, nunca sabremos qué nos deparará el futuro. Si nuestro nombre es demasiado explícito y poco flexible no podremos aprovecharlo para otras categorías.
- Debe ser fácil de pronunciar, leer y escribir. Independientemente del país en el que vayamos a operar, nuestro nombre debería de tener facilidad para ser pronunciado y escrito. Si no es así, dificultaremos que las personas que lo escuchen lo retengan y relacionen con nuestra actividad.
- Es aconsejable que el nombre sea corto. De esta manera, las personas lo recordarán con mayor facilidad y además, el dominio también será breve. Esto favorece al posicionamiento, especialmente en redes sociales como Twitter donde los caracteres disponibles para escribir son limitados.
- También tendremos que evitar connotaciones y/o asociaciones negativas. El nombre no deberá de sugerir nada negativo.



Conviene Registrar el Nombre de la Empresa

Registro de un Dominio

El dominio es el nombre exclusivo que se asigna a un sitio web. Esta es la manera de identificar y traducir la dirección IP, facilitando la posibilidad de encontrarla en Internet.

Por ejemplo, en esta empresa de formación el dominio es **centrosanmarcos.es** y permite configurar cuentas de correo electrónico acabadas en **@centrosanmarcos.es**

Antes de lanzarse a registrar un dominio en la primera página que aparezca en los resultados de Google, es interesante dar una ojeada a las ofertas y opciones que ofrecen las diferentes empresas.

El segundo paso que se debe dar para registrar un dominio es comprobar su disponibilidad. Es un paso sencillo ya que en cualquier página que ofrezca el registro de dominios te dará la opción de comprobar si ese nombre que tanto quieres para tu web está libre para ti.

Las páginas que permiten comprar un dominio suelen también ofrecer la posibilidad de añadir un alojamiento, lo que facilita la posterior creación de la página web.

Una vez que se ha seleccionado el dominio y los paquetes añadidos que se quieren comprar, solamente se debe proceder a añadir los datos de facturación.

3.5. El Registro de la Marca y el Dominio

El registro de una marca o Nombre Comercial otorga a la empresa el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión.

En la página web de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) se explica que: Un Nombre Comercial es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de cualquier signo o denominación como identificador de una empresa en el tráfico mercantil. Los nombres comerciales, como títulos de propiedad industrial, son independientes de los nombres de las sociedades inscritos en los Registros Mercantiles.

La duración de la protección conferida por los Signos Distintivos es de diez años a partir de la fecha del depósito de la solicitud y pueden ser renovados indefinidamente. Para el mantenimiento en vigor de los Signos Distintivos es preciso el pago de tasas (las marcas en procedimiento transitorio tienen un régimen diferente que es preciso consultar).

Para poder registrar una marca de forma online, debemos dirigirnos a la Sede Electrónica de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Aquí podemos registrar todo aquello que queramos, ya sea una marca, un diseño industrial, un invento, etc.

Por último, señalar que no es lo mismo una Marca que un Nombre Comercial,

La marca es un signo que sirve para distinguir productos o servicios en el mercado.

El nombre comercial no representa un producto o servicio y sirve para identificar las actividades que desarrolla una empresa en el tráfico mercantil y diferenciarla del resto de empresas del mismo o diferente sector.

3.6. Aparecer en Google Maps

Tener presencia en internet ya no es una opción, es un requisito indispensable para cualquier empresa o negocio, sin importar su tamaño o giro. Los clientes cada vez son más demandantes, tener toda tu información a la mano puede ser la diferencia entre ganar o perder una compra.

Por ejemplo, personas que antes de contactarte desean conocer tus horarios, si tienes un local u oficinas, en dónde se ubican, si tus servicios requieren de una reserva o si es posible solicitar servicio a domicilio y, en el caso de los usuarios más desconfiados, identificar comentarios, opiniones o reseñas de tu producto o servicio.

Todo esto lo puedes hacer con Google Mi Negocio siguiendo un proceso muy sencillo.

También llamado “Google My Business” es una herramienta gratuita para empresas que tienen presencia en línea. Sirve para que pequeñas, medianas y grandes empresas administren la información que aparece en los resultados de Búsqueda de Google y de Google Maps.

La información que aparece en Google se muestra a la derecha de la pantalla. Los datos visibles son: El nombre de tu empresa, el promedio de las calificaciones asignadas por usuarios que ya interactuaron con la empresa, una breve descripción de la empresa, su dirección, horario, fotos, su ubicación en Google Street View, su número de teléfono y/o correo electrónico y la sección de preguntas y respuestas.

Tener tu propia ficha de negocio en línea en Google facilita tu contacto con aquellas personas interesadas en tus servicios. Su implementación puede formar parte de tu estrategia de marketing digital gracias a su amplio alcance y el bajo costo que representa. Además, los usuarios obtienen una clara idea de tu negocio, sin mencionar que pueden contactarse con solo hacer clic.

No olvidemos que puedes crear tu perfil en Google Mi Negocio de forma gratuita y puedes editar la información cuando lo necesites.

Al crear tu perfil en Google Mi Negocio, automáticamente se localizará tu local en Google Maps. Cuando los clientes hagan clic en este mapa, podrán revisar qué tan lejos están de tu negocio y cuánto tardan en llegar caminando, en automóvil o en transporte público.

