

# PROTOCOLOS Y HERRAMIENTAS PARA LA DINAMIZACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL

FOMENTO DE LA CULTURA  
EMPRESARIAL



FOMENTO DE LA COOPERACIÓN  
EMPRESARIAL



FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO



TICS APLICADAS EL PEQUEÑO  
COMERCIO



**RED DE AGENTES DE  
EMPLEO Y DESARROLLO  
LOCAL REGIÓN DE  
MURCIA**

## DINAMIZACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL

*“Acciones, medidas e iniciativas dirigidas a la creación de empresas y la consolidación de las existentes”*

### PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN DEL MANUAL

#### GRUPO 1

*“Fomento del asociacionismo y la cooperación empresarial”*

Concepción Ruiz Delgado	AEDL Ayuntamiento de Lorca
Juan M. Serrano Palao	AEDL Ayuntamiento de Yecla
Diego Sánchez Cervantes	AEDL Ayuntamiento de Murcia
Lourdes Barnés García	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras
Gema Sánchez Sanz	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras
Concepción García López	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras

## GRUPO 2

### “Sensibilización sobre la importancia y fomento del uso de las nuevas tecnologías”

Rosa Bermejo Sánchez	AEDL Ayuntamiento de Lorca
Blanca Bellas Dublang	AEDL Ayuntamiento de Mazarrón
Gertrudis Ruiz Cánovas	AEDL Ayuntamiento de Totana
Maribel García González	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras
Encarna Franco Franco	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras

## GRUPO 3

### “Fomento del Emprendimiento”

M <sup>a</sup> Dolores Rodríguez Segura	AEDL Ayuntamiento de Puerto Lumbreras
Raúl Urrea Sánchez	AEDL Ayuntamiento de Mazarrón
Victoria Ariño Gómez	AEDL Ayuntamiento de Abarán
José María Cano Morales	AEDL Ayuntamiento de Santomera

## GRUPO 4

### “Fomento de la Cultura Empresarial”

Belén Menchón Ibañez	AEDL Ayuntamiento de Cieza
Carlos Moreno Martínez	AEDL Ayuntamiento de San Pedro del Pinatar
Beatriz Vera Aznar	AEDL Ayuntamiento de Alcantarilla
Valentín López Aguado	AEDL Ayuntamiento de Alguazas
Luis Martínez Caja	AEDL Ayuntamiento de Beniel

## COORDINACIÓN

M <sup>a</sup> Dolores Ros Sánchez	Técnico del Servicio de Empleo y Formación. Coordinadora de la Red de Agentes de Empleo y Desarrollo Local Región de Murcia
------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## MAQUETACIÓN

Fco. Javier Sánchez Blanco

**2014**

# **FOMENTO DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL**



## **ÍNDICE**

1. **INTRODUCCIÓN**

2. **OBJETIVOS**

3. **AMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS**

4. **PROTOCOLO**

5. **ACTUACIONES Y HERRAMIENTAS**

6. **WEBGRAFIA**

7. **CUADRO RESUMEN**

8. **ANEXOS**

**ANEXO I** – RELACIÓN DE ENTIDADES

**ANEXO II** - FICHA DE RECOGIDA DE DATOS

**ANEXO III** - CUESTIONARIO PARA DETECTAR NIVEL DE COOPERACIÓN

**ANEXO IV** - PROTOCOLO DE DEVOLUCIONES COMÚN EN EL AREA COMERCIAL

## 1. INTRODUCCIÓN

### Definición de fomento de la cooperación empresarial

La cooperación empresarial podemos definirla como aquellos acuerdos entre empresas para compartir recursos, capacidades o actividades con el propósito del mutuo aprendizaje y la mejora de la posición competitiva.

La cooperación empresarial se concibe como una herramienta de gestión estratégica que las organizaciones pueden utilizar voluntariamente, es decir, la cooperación empresarial no es siempre de aplicación necesaria.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Fomentar y promover la cooperación empresarial en el comercio minorista, mediante la realización de actividades planificadas y en coordinación con otras entidades, que no tienen por qué ser meramente económicos con la finalidad de mejorar la competitividad de dichos comercios.

## 3. ÁMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS

El ámbito de actuación es de carácter municipal y posteriormente dentro de cada municipio se puede dividir por pedanías, barrios, calles, etc., en función del tamaño y los objetivos marcados

Los destinatarios son comercios minoristas, aunque es posible la aplicación de la metodología utilizada en otros sectores empresariales.

## 4. PROTOCOLO

### 1. Delimitación de la zona de actuación

- Contactar con agentes sociales e instituciones que puedan tener implicaciones en la zona ANEXO I
- Identificación y contacto con los comercios más relevantes y/o liderazgo (pivotaje)
- Ficha de recogida de datos ANEXO II
- Elaboración de censo de empresas de la zona delimitada

### 2. Determinar el nivel de cooperación existente



- Elaboración de cuestionario para detectar nivel cooperación. ANEXO III
- Visitas/entrevistas in situ para detectar relaciones de cooperación entre establecimientos a través de la recogida de datos, obtenidos con cuestionario de detección del nivel de cooperación
- Análisis de resultados

### 3. Definición de estrategia/objetivos/acciones/herramientas a llevar a cabo en materia de cooperación empresarial

- Establecer las estrategias de cooperación empresarial
- Implementación de las mismas. Línea servicio post-venta ANEXO IV



## 5. ACTUACIONES Y HERRAMIENTAS

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
<p>Cooperación en el aprovisionamiento</p> 	<p>Mejorar la competitividad de los comercios por sectores, en términos de tiempo, coste y calidad.</p>	<p>Acuerdos con los proveedores para que se apliquen descuentos por volumen de compras, revisables periódicamente.</p>	<p>Aplicación para base de datos de proveedores por sectores.</p> <p>Convenio con los proveedores para regular los acuerdos.</p>
<p>Cooperación en el marketing</p> 	<p>Promocionar el área comercial.</p> <p>Crear una imagen de marca.</p> <p>Atraer y fidelizar clientes.</p> <p>Abrir nuevos canales de venta.</p>	<p><b>Marca del área comercial.</b></p> <p>Implantación de una marca comercial por ámbito de actuación, mediante el diseño de elementos gráficos y una imagen corporativa atractiva.</p> <p>- Diseño de un manual de identidad corporativa que sea la que represente a través del diseño de un logotipo, seleccionado a través de un concurso de ideas y es el que se utilizaría</p>	<p>Diseño y difusión logotipo de marca comercial.</p>

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
		<p>para ilustrar las bolsas, etiquetas, cartas, tarjetas de visita, soportes publicitarios, homogeneizando todo el material de merchandising. bolsas reciclables, papel de regalo etc...</p> <p>- Realización de campañas periódicas, de promoción a través de la imagen corporativa, mediante (Vallas publicitarias, banderolas, paneles informativos, bolsas para envolver regalos folletos, cartas, planos de la ciudad, etc... con la imagen corporativa y difusión en los medios de comunicación.</p> <p>- Elaboración de un directorio o guía comercial de los comercios que están dentro de la marca comercial delimitada, que se podría distribuir por SMS a móviles, y accesible en la web y por las redes sociales.</p>	<p>- directorio comercial dentro del ámbito de actuación.</p> <p>- Página web y blog con información sobre el área comercial (Portal del comercio)</p>


LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
		<p><b>Web del área comercial.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de una Web para dar a conocer la actividad comercial y servicios tanto a los consumidores, como visitantes y turistas, ofreciendo una imagen completa y útil al usuario, a la vez que atractiva promoviendo el comercio del espacio comercial delimitado, dentro del contenido del portal se deberían recoger aspectos como:</li> <li>- Directorio de comercios, restaurantes y otras actividades de servicios del espacio delimitado.</li> <li>- Centro Comercial Virtual o tiendas on-line presentes.</li> <li>- Horario de apertura de los comercios.</li> <li>- Entrevista a comerciantes</li> <li>- Agenda de eventos, etc.</li> </ul>	

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
		<p><b>Creación de página del área comercial en redes sociales.</b></p> <p>Al inicio, se programaría formación inicial a comerciantes de la zona en las herramientas básicas de la web 2,0 y las redes sociales como serían blogs, "Facebook" y Twitter.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posteriormente creación del Espacio propio de cada empresa, con ayuda de los técnicos correspondientes.</li> <li>- Actualización semanal en los perfiles de redes sociales de los contenidos relacionados con cada una de las empresas</li> </ul> <p>(Desarrollo de concursos, comercio de la semana)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de concursos para las personas participantes en las redes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación en redes sociales, a grupos de comerciantes.</li> <li>- Creación del espacio propio de cada empresa para su difusión en las redes sociales</li> </ul>


LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
		<p>sociales en los cuales haya algún premio u obsequio tanto para el comercio premiado como las personas participantes en estos.</p> <p>- Actualización continua en las redes sociales de los eventos y contenidos que sean de interés.</p>	
		<p><b>Instalación de códigos QR.</b></p> <p>Instalación de los códigos QR, para todas las empresas de la zona de actuación en donde se incluye toda la información de contacto y localización de todas las empresas de área delimitada</p>	<p>Aplicación web gratuita, para crear códigos QR de manera sencilla.</p>
		<p><b>Sorteos semanales de productos, cartillas o tarjetas de fidelización y campañas promocionales temáticas.</b></p> <p>- Programación periódica de campañas promocionales para que los clientes que han adquirido un determinado producto en la zona</p>	<p>- Realización de sorteos, promociones, descuentos, bonificaciones.</p> <p>- Cartillas o tarjetas de fidelización.</p>

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
		<p>delimitada participen en el sorteo de lotes de productos o los servicios que los comercios que ofrecen del ámbito de actuación.</p> <p>- Cartillas, o tarjetas de fidelización , en las cuales rellenando la cartilla con sellos por comprar en los comercios del área comercial, el cliente que complete la cartilla se le regala un producto o compra en uno de los comercios adheridos al área comercial.</p> <p>- Campañas promocionales temáticas, centradas en los precios como podrían ser descuentos, promociones 2*1, regalos por compra... que podría coincidir en fechas especiales como navidades, rebajas, día del padre....</p>	
<b>Cooperación para la Comercialización</b>	Promocionar las ventas a través de la suma de recursos e	-Acuerdos entre los comerciantes del área para promocionar sus productos utilizando los escaparates	-Manual de Identidad Corporativa abreviado en el que se recojan las normas operativas a las

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
	<p>intereses que permitan la apertura de nuevos canales de venta, e intercambio de productos entre empresas que, teniendo distintas ubicaciones y productos, se comprometen a la comercialización en sus respectivos mercados.</p>	<p>relacionados por sectores. (Zapatos y complementos)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Acuerdos con aparcamientos de vehículos para ofrecer ticket de parking gratis para los clientes que compren en los establecimientos del área comercial</li> <li>-Reparto entre los comercios de material promocional impreso que comparta información sobre los productos de los diferentes establecimientos del área comercial.</li> <li>-Diferenciación del área comercial del resto, contar con alguna característica que le haga realmente diferente a los demás competidores (prestación de servicios diferentes, atención..)</li> </ul>	<p>que debe atenderse el comercio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Regulación de los elementos tangibles – carteles, rótulos y mobiliario, etiquetas, etc.- e intangibles –servicios que ofrecer al consumidor, calidad de los productos, etc.- mediante una ordenanza municipal específica, de obligado cumplimiento para todos los establecimientos que se quieran acoger</li> <li>-Guía de Buenas Practicas Comerciales para los comercios del área</li> <li>-Directorio comercial donde se permita la consulta por orden alfabético y por sectores (que puedan distinguirse mediante un icono), de comercios y otras actividades de servicios del área comercial</li> </ul>
<p><b>Cooperación en el servicio post-venta</b></p>	<p>Promocionar las ventas, motivar al</p>	<p>-Otorgar ofertas o descuentos especiales para</p>	<p>-Encuestas de satisfacción entre los clientes</p>

LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
	<p>cliente, protección por la compra de un producto, establecer un servicio de mantenimiento o soporte y facilitar la devolución de los productos al cliente.</p>	<p>nuestros clientes asiduos, o hacerlos participar en concursos o sorteos.</p> <p>-Envíos de regalos o tarjetas de felicitación por cumpleaños y llamadas de satisfacción tras una semana de la venta.</p> <p>-Otorgar al cliente las garantías necesarias en caso de que el producto o el servicio empiece a fallar</p> <p>-Servicio de instalación o de capacitación sobre el uso del producto, programar visitas de seguimiento para asegurar el buen uso por parte del cliente.</p> <p>-Protocolo de devolución común en toda el área comercial.</p>	<p>-Registro de información sobre los defectos que ocurren, pues permite un análisis de los mismos para tomar medidas</p> <p>-Información expuesta sobre protocolo de devoluciones (Anexo IV)</p>
<p><b>Cooperación para eventos</b></p>		<p>Diseñar campañas y eventos, para mejorar las ventas en el área comercial</p>	<p>-Búsqueda de eventos, con el fin de tener al menos uno al mes.</p> <p>* Calendario de eventos. (Ferias Outlet, Shopping</p>



LÍNEAS DE COOPERACIÓN	OBJETIVOS	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
			<p>Night. Festividades concretas, Noches temáticas, Halloween, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Reunión con los comerciantes.</li> <li>* Recogida de propuestas y acuerdos alcanzados.</li> <li>- Herramientas de comunicación entre los comerciantes.</li> <li>* Creación de grupos de whatsapp, e-mail, etc....</li> <li>- Imagen de barrio o zona comercial asociada al evento.</li> <li>* Realización de un cartel con logos para cada evento.</li> <li>- Publicidad en redes sociales twitter, sms, e-mail, del evento.</li> <li>- Decoración de establecimientos para cada evento.</li> </ul>

## 6. BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA

- 25 Propuestas para dinamizar el Comercio de Alcoy.
- Guía Para la Autoevaluación de la Cooperación Empresarial. Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión. 2009
- Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2014. Ministerio de Economía y Competitividad.

# CUADRO RESUMEN

PROTOCOLO	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
1 Delimitación de la zona de actuación.	Contactar con agentes sociales e instituciones que puedan tener implicaciones en la zona.	Relación asociaciones, organismos/instituciones, comercios... ANEXO I
	Identificación y contacto con los comercios más relevantes y/o liderazgo (pivotaje).	Ficha de recogida de datos. ANEXO II
	Elaboración de censo de empresas de la zona delimitada.	
2 Determinar el nivel de cooperación empresarial.	Visitas/entrevistas in situ para detectar relaciones de cooperación entre establecimientos a través de la recogida de datos, obtenidos con cuestionario de detección del nivel de cooperación.	Cuestionario para detectar el nivel de cooperación. ANEXO III
	Análisis de resultados	
3 Definición de estrategia/objetivos/acciones/herramientas a llevar a cabo en materia de cooperación empresarial.	Establecer las estrategias de cooperación empresarial.	
Implementación de las mismas.	Implementación de las mismas.	

LÍNEA DE COOPERACIÓN	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
Cooperación en el aprovisionamiento	Acuerdos con los proveedores	Aplicación para base de datos de proveedores por sectores.
		Convenio con los proveedores para regular los acuerdos.
Cooperación en el marketing	Marca área comercial	Diseño y difusión logotipo de marca comercial.
	Campañas periódicas promoción	
	Directorio/guía comercial	Guía comercial
	Web área comercial	Página web y blog
	Creación de página/perfil del área comercial en redes sociales.	Formación en redes sociales, a grupos de comerciantes.
		Creación del espacio propio de cada empresa para su difusión en las redes sociales
	Instalación códigos QR	Aplicación web gratuita, para crear códigos QR de manera sencilla.
Sorteos semanales de productos, cartillas o tarjetas de fidelización y campañas promocionales temáticas	Realización de sorteos, promociones, descuentos, bonificaciones.	
	Cartillas o tarjetas de fidelización	
Cooperación para la comercialización	Promoción escaparates entre comercios	Manual de Identidad Corporativa con normas
	Acuerdos con	Ordenanza para regular

	<p>aparcamientos de vehículos</p> <p>Reparto entre los comercios de material promocional</p> <p>Diferenciación del área comercial del resto del municipio.</p>	<p>elementos tangibles, calidad..</p> <p>Guía de Buenas Prácticas Comerciales para los comercios del área</p> <p>Directorio comercial por sectores</p>
<b>Cooperación en el servicio post venta</b>	<p>Ofertas/descuentos para clientes fieles</p> <p>Regalos para fidelización / llamadas satisfacción.</p> <p>Garantías necesarias</p> <p>Servicio de instalación o de capacitación sobre el uso del producto.</p> <p>Protocolo de devolución común en toda el área comercial.</p>	<p>Encuestas de satisfacción entre los clientes</p> <p>Registro de defectos</p> <p>Información expuesta sobre protocolo de devoluciones ANEXO IV</p>
<b>Cooperación para eventos</b>	<p>Diseñar campañas y eventos, para mejorar las ventas en el área comercial</p>	<p>Calendario de eventos.</p> <p>Reunión con los comerciantes.</p> <p>Recogida de propuestas y acuerdos alcanzados.</p> <p>Herramientas de comunicación entre los comerciantes.</p> <p>Imagen de barrio o zona comercial asociada al evento.</p>

Cartel por evento.

Difusión eventos a través de redes sociales.

Decoración temática establecimientos.

# ANEXOS



## ANEXO I

**RELACIÓN DE ASOCIACIONES, ORGANISMOS E INSTITUCIONES, COMERCIOS,  
EMPRESAS Y PERSONAS RELEVANTES**

AA- ORGANISMO- C/E/S	RESPONSABLE Y PERSONA DE CONTACTO	TLF.	E-MAIL	ACTIVIDAD- QUÉ PUEDE APORTAR-OBSERVACIONES
1.	•			
2.	•			
3.	•			
4.	•			
5.	•			
6.	•			
7.	•			
8.	•			
9.	•			
10.	•			

## ANEXO II

## FICHA DE RECOGIDA DE DATOS

**ÁMBITO DE ACTUACIÓN:****Fecha contacto:**

Razón social:	NIF/CIF	
Antigüedad, fecha de alta:		
Empresario/a:		
Otro contacto (cargo):		
Dirección:		
TLF:	e-mail:	web:
Actividad:	nº empleados:	
VALORAR DEL 1 AL 5 DE MENOR A MAYOR SATISFACCIÓN		
Circulación de personas por el entorno		<input type="text"/>
Entorno urbanístico		<input type="text"/>
Clientela		<input type="text"/>
Ventas		<input type="text"/>
Costes		<input type="text"/>
Limpieza		<input type="text"/>
Seguridad		<input type="text"/>

Es posible mejorar la actividad comercial y de servicios en el entorno:

Cree que se puede mejorar la actividad comercial en el entorno

La cooperación entre la competencia cree que podría beneficiar a todos

Tendría algún sentido la cooperación entre todos los c/e/s del entorno

Estaría dispuesto a cooperar para mejorar sus resultados

Acudiría a una reunión para plantear propuestas que beneficiarán

a todos

**ANEXO III****CUESTIONARIO PARA DETECTAR NIVEL DE COOPERACIÓN**

<b>Nombre Comercio:</b>		
<b>Razón Social:</b>		<b>CIF:</b>
<b>Fecha de apertura del establecimiento:    /    /</b>		<b>Nº de Trabajadores:</b>
<b>Dirección</b>		
<b>Gerente</b>		
<b>Teléfono</b>		<b>Email:</b>
		<b>Web:</b>

**¿Forma parte de alguna asociación empresarial? Si  NO**

¿Cuál?

¿Coopera usted de forma informal con otros comercios o empresas de tu entorno? Si  No

¿Con Cuales?

¿De qué forma?

¿Puede aportar alguna otra opción de colaboración o mejora?

**¿Cree usted que mejorarían sus ventas cooperando con otros establecimientos en desarrollar estrategias comerciales? Si  NO**

¿De qué forma?

**¿Estaría usted dispuesto a fomentar la profesionalización y cooperación del sector para la consecución de un comercio más competitivo y moderno? Si  No**

¿De qué forma?

**¿Estaría usted dispuesto a participar en la realización de un Plan de renovación de los establecimientos comerciales? Si  No**

¿Cómo le gustaría que se llevase a cabo?

Sugerencias que pueda aportar:

**¿Qué tipo de diagnóstico cree que necesitaría su comercio para ser más competitivo y aumentar sus ventas?**

Programa del Diagnóstico del Punto de Venta: DPV.

Diagnóstico de la Innovación y Calidad de su establecimiento.

Promoción de su comercio a través de las redes sociales.

Diagnóstico y diseño de un plan de relevo generacional.

Mejora de la accesibilidad

Imagen Corporativa

Diagnóstico comercial y de marketing.

**¿Cree que sería necesario potenciar y fortalecer la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo?**

¿Formaría parte de una asociación de comerciantes? Si  No

¿Cómo le gustaría que fuera su funcionamiento?

**¿Qué ventajas y desventajas cree que aportaría a su comercio el estar asociado con otros comerciantes?**

Estaría usted interesado en potenciar el comercio de proximidad y mejorar el que ya está asentado, tratando de gestionar el mix comercial - ocio para lograr una oferta equilibrada

Si  No

¿Podría aportar alguna sugerencia?

**¿Considera oportuno y apropiado desarrollar marca comercial y una imagen corporativa que identifique el comercio local? Si  No**

¿Cómo le gustaría que fuera?

**¿Estaría usted dispuesto a cooperar con otros comercios minoristas de su zona en la Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes? Si  No**

¿Qué métodos y medios utilizaría?

**¿Estaría interesado en unirse a otros comercios de su mismo sector para obtener unas condiciones de compra más favorables en comparación con las grandes empresas, que les hacen menos competitivos en los mercados minoristas? Si  No**

¿Estaría usted dispuesto a sufragar una cuota destinada al desarrollo de actuaciones de promoción y gastos de funcionamiento de un Centro Comercial Abierto? Si  No

¿Qué cuantía aproximada estima que podría aportar a dicho fin?

## ANEXO IV

### PROTOCOLO DE DEVOLUCIONES COMÚN EN EL AREA COMERCIAL

- 1.- Comunicación a nuestros clientes de la política de devolución que se va a llevar a cabo en todos los establecimientos del área comercial, así como todos los términos y condiciones que comprende o señalar la posibilidad de que si el cliente no queda satisfecho con el producto comprado, se procederá a devolverle su dinero o si lo prefiere se le canjeará por otro producto, todo ello en el reverso del ticket de compra y expuesto en sitios visibles en todos los establecimientos del área comercial.
- 2.- Condiciones bajo las cuales los clientes podrán devolver un producto;
  - Cuando se trate de un producto dañado, defectuoso o insatisfactorio.
  - Plazo máximo de devolución de 30 días, desde el día siguiente a la compra.
- 3.- Requisitos para hacer efectiva una devolución
  - Buen estado del producto y
  - Muestra del recibo de compra
- 4.- Capacitar al personal, para que todos nuestros vendedores tengan suficiente autoridad como para hacer efectiva una devolución de dinero o un cambio de producto, sin que tengan que estar consultando a sus superiores por decisiones obvias, o que tengan que estar remitiendo al cliente a otros empleados.
- 5.- Pedir disculpas, Cuando un cliente se nos acerque para solicitarnos una devolución, debemos suponer que la devolución estará justificada, por tanto, no debemos ponernos a discutir con el cliente, y más bien pedirle disculpas por la molestia que le hemos causado,



preguntarle cuál es el problema, escucharlo atentamente, y luego preguntarle cómo podemos compensarlo.

6.- “Dar algo más” Una vez que hemos devuelto el dinero o cambiado un producto, podemos aprovechar la situación para compensar al cliente por el tiempo y la molestia que le hemos causado, dándole algo extra. Por ejemplo, si el cliente quiso que le reemplazáramos un producto defectuoso, además de reemplazarlo por uno nuevo, podríamos optar por brindarle un bono de descuento para otros productos dentro del área comercial.

7.- Anotar las devoluciones. Para protegernos de clientes inescrupulosos que puedan querer aprovecharse de nuestra política de devoluciones, cada vez que un cliente quiera hacer una devolución que a nosotros no nos parezca justificada, podríamos aceptar devolverle su dinero, pero también apuntar el incidente en algún documento de control. De tal manera que si el mismo cliente nos pide varias devoluciones de dinero injustificadas (tres), en un corto periodo de tiempo (seis meses), entonces tendremos toda la justificación necesaria para negar su próxima solicitud de devolución.

2014

# FOMENTO DE LA CULTURA EMPRESARIAL



ESCUELA DE FORMACIÓN  
E INNOVACIÓN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



Servicio Regional de  
Empleo y Formación

RED DE AGENTES DE EMPLEO Y  
DESARROLLO LOCAL REGIÓN DE  
MURCIA

**“Por cultura empresarial entendemos el conjunto de valores, creencias y principios fundamentales compartidos e integrados por todos sus miembros, que influye en las capacidades de la empresa en aprender de la realidad y adaptarse con éxito a los cambios, siendo este el instrumento principal del que dispone el empresario para garantizar la supervivencia de la empresa y mantener e incrementar la competitividad de la misma en situaciones de cambios sociales, económicos y tecnológicos”**

## ÍNDICE

### 1. DEFINICIÓN DE CULTURA EMPRESARIAL

- 1.1. Definición de la cultura empresarial
- 1.2. Modelos de cultura empresarial
- 1.3. Elementos de la cultura empresarial

### 2. EL AEDL Y LA CULTURA EMPRESARIAL

- 2.1. El papel del AEDL como elemento dinamizador de la empresa
- 2.2. ¿Por qué fomentar la cultura empresarial?

### 3. INDAGANDO EN LA CULTURA EMPRESARIAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Diseño de herramientas
- 3.2. Protocolo de actuación
  - Determinación del colectivo empresarial a estudiar
  - Metodología para la concertación de la visita:
    - a) Visita en la empresa: Con cita previa o a “puerta fría”
    - b) Visita del empresario a la AEDL
    - c) Por medios telemáticos
- 3.3. Recogida y tratamiento de la información
- 3.4. Interpretación de los resultados y diagnóstico

### 4. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

### 5. ANEXOS

**ANEXO I - CUESTIONARIO-DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA EMPRESARIAL DEL  
EMPREENDEDOR**

## 1. APROXIMACIÓN A UNA DEFINICIÓN DE CULTURA EMPRESARIAL

### 1.1. Definición de la cultura empresarial

Así como las sociedades se caracterizan por poseer una cultura propia que influye poderosamente en el comportamiento de sus miembros, también las empresas tienen una cultura, formada por un conjunto de valores compartidos debiendo ser asumida por todos sus integrantes.

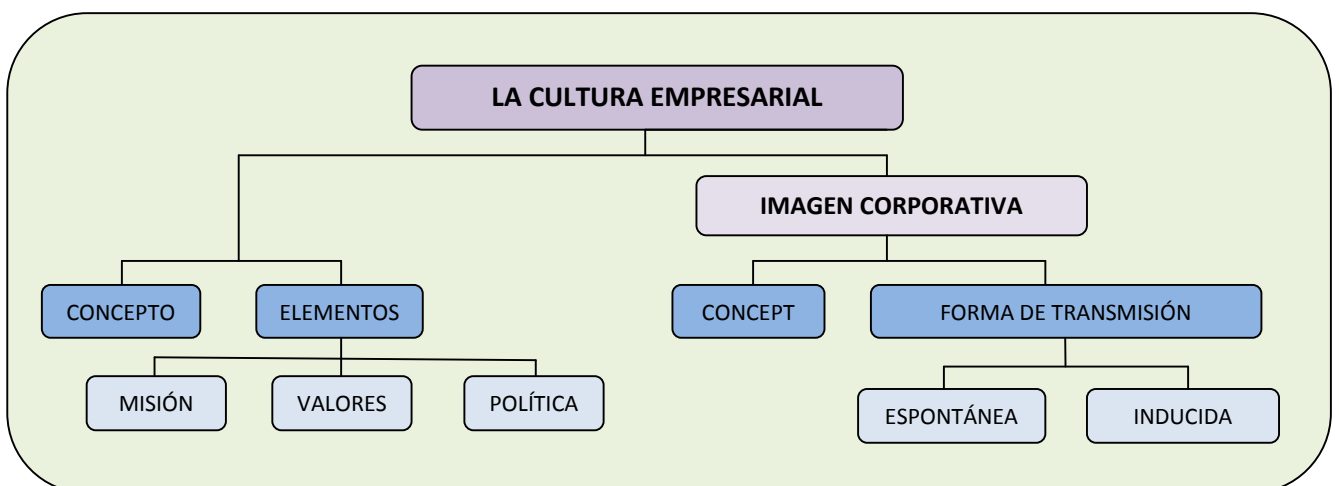
Podemos decir que la **cultura empresarial** está compuesta por el conjunto de valores, creencias y principios fundamentales compartidos por sus miembros.

La cultura influye en el día a día de la empresa y en su organización, en aspectos tan cotidianos como la comunicación entre los trabajadores y de éstos con los directivos, el grado de autonomía en el trabajo, la contratación de nuevos trabajadores o el trato con los clientes.

Tratando de definir el concepto, podemos decir que:

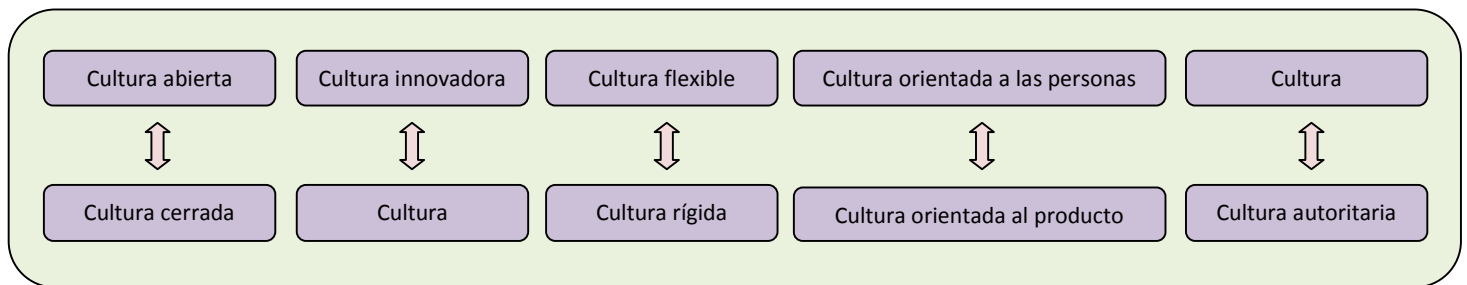
***“La cultura empresarial es un sistema compartido de símbolos y significados explicado mediante las actividades que los generan y mantienen”.***

Este sistema confiere significados fundamentales a la vida y actúa a la vez como fuente de debate y creatividad internos, así como fuente de sentimientos diferenciadores con respecto a otros grupos humanos. La cultura de una empresa incluye las diferentes capacidades que tiene la misma para aprender la realidad y adaptarse con éxito a los cambios.



## 1.2. Modelos de cultura empresarial

Podemos decir que no existe un modelo de cultura empresarial en sí. No obstante, esta sí que se puede situar entre unos límites marcados por dos posiciones antagonistas en función de los símbolos y significados de la propia actividad que los genera, distinguiendo entre dos culturas contrapuestas:



Los tipos de cultura que aparecen en la parte superior del esquema son preferibles, pues se adaptan mejor al entorno actual de las empresas.

## 1.3. Elementos de la cultura empresarial

Dentro de la cultura empresarial podemos distinguir tres elementos principales:

### ● Misión

Propósito último que mueve a la empresa. Es su razón de ser. Se puede entender como una filosofía empresarial. Por ejemplo, la misión de una empresa como Mercedes Benz puede ser fabricar vehículos de máxima calidad que satisfagan las necesidades de los clientes más exigentes.

### ● Valores

Cualidades que están presentes en la empresa y que influyen en el comportamiento de todos sus miembros. Por ejemplo, la ética. De hecho, cada vez es más común que se incorporen valores éticos en el mundo de los negocios.

### ● Políticas

Líneas de acción mediante las cuales la empresa define su identidad. Por ejemplo, la política de igualdad de oportunidades para los empleados que practican muchas empresas forma parte de su cultura. Sus trabajadores saben que la promoción será fruto de su trabajo, y no habrá favores personales.

La combinación de estos tres elementos será determinante para la cultura empresarial de la empresa u organización.

## 2. EL AEDL Y LA CULTURA EMPRESARIAL

### 2.1. El papel del AEDL como elemento dinamizador de la empresa

Las Agencias de desarrollo local son el resultado de la aparición de un nuevo estilo de política territorial que basa en los valores y potencialidades del entorno local y la consecución de mayores cotas de desarrollo económico y de empleo. Especialmente ahora, en este prolongado período de crisis, se han configurado como un instrumento efectivo de las políticas de desarrollo socio-económico iniciadas por gran parte de las corporaciones locales ante la mas que cuestionable efectividad de las distintas estrategias y programas centralizados por el Estado para la lucha contra el desempleo.

En este sentido, los Agentes de Empleo y Desarrollo Local se configuran como trabajadores de las corporaciones locales o entidades dependientes o vinculadas a una Administración local que tienen como misión principal colaborar en la promoción e implantación de las políticas activas de empleo relacionadas con la creación de la actividad empresarial, desarrollándose dicha colaboración en el marco de actuación conjunta y acordada de la entidad contratante y el Servicio Regional de Empleo y Formación.

**Las funciones que un AEDL debe llevar a cabo se encuentran recogidas en la Orden de 3 de mayo de 2011 del Presidente del Servicio Regional de Empleo y Formación de la CARM y versan principalmente sobre:**

- a) Prospección de recursos ociosos o infrautilizados, de proyectos empresariales de promoción económica local e iniciativas innovadoras para la generación de empleo en el ámbito local, identificando nuevas actividades económicas y posibles emprendedores.
- b) Difusión y estímulo de potenciales oportunidades de creación de actividad entre los desempleados, promotores y emprendedores, así como instituciones colaboradoras.
- c) Acompañamiento técnico en la iniciación de proyectos empresariales para su consolidación en empresas generadores de nuevos empleos, asesorando e informando sobre la viabilidad técnica, económica y financiera y, en general, sobre los planes de lanzamiento de las empresas.
- d) Apoyo a promotores de las empresas, una vez constituidas éstas, acompañando técnicamente a los mismos durante las primeras etapas de funcionamiento, mediante la aplicación de técnicas de consultoría en gestión empresarial y asistencia en los procesos formativos adecuados para coadyuvar a la buena marcha de las empresas creadas.

## 2.2. ¿Por qué fomentar la cultura empresarial?

La crisis económica ha ido mucho más allá de sus previsiones iniciales, y se ha convertido en estructural. En el camino, miles de empresas regionales han cesado su actividad ante la incapacidad de hacer frente al conglomerado de adversidades que supone esta crisis económica sin precedente alguno. El descenso en las ventas, la escasez de liquidez, la falta de financiación o las estructuras de costes son denominadores comunes en la desaparición de una gran parte de nuestro tejido empresarial.

Un reciente estudio de la Universidad de Tarragona defiende la tesis de que “la cultura empresarial es el instrumento principal del que dispone el empresario para garantizar la supervivencia de la empresa y lograr mantener e incrementar la competitividad de la misma en situaciones de cambio tecnológico”.



Dicho estudio añade que “es necesario profundizar en el cambio cultural para garantizar el relevo generacional en la dirección de la empresa, detectando las líneas generales del cambio y el impacto sobre la organización de la producción”.

Por tanto, podemos decir que **la cultura empresarial es un factor clave en la competitividad empresarial.**

En este sentido, el Agente de Desarrollo Local, como verdadero promotor de desarrollo, catalizador, animador, informador, consejero y formador, debe de promocionar entre el tejido productivo local una cultura empresarial favorable, que repercuta positivamente en los aspectos productivos de la empresa (flexibilidad de las personas y de la tecnología), en los aspectos organizativos (tendencia a una estructura plana con toma de decisiones descentralizada y con plena responsabilidad por unidad productiva) y aspectos conceptuales (capacidad de incorporar rápidamente nueva información, aumentado la capacidad de aprendizaje, favoreciendo la especialización en la búsqueda de la información y la orientación de la empresa hacia la atención al cliente), así como asesorar en la correcta gestión de los distintos departamentos de la empresa.

Igualmente también es necesario promocionar una cultura empresarial favorable al autoempleo. La creación de esta cultura requiere un cambio radical pero inevitablemente lento, que pase de una actitud personal orientada a la búsqueda de empleo a otra de autoempleo. Este esfuerzo debe dirigirse tanto a la población en general, estimulando la valoración social del emprendedor y disminuyendo el miedo al fracaso, como hacia las instituciones públicas y privadas (especialmente las financieras) para aumentar su receptividad ante las propuestas de ayuda de los nuevos empresarios.

### 3. INDAGANDO EN LA CULTURA EMPRESARIAL DE LA EMPRESA

#### 3.1 DISEÑO DE HERRAMIENTAS

Diagnosticar la cultura empresarial de una empresa o proyecto empresarial no es fácil. Por

un lado, es necesario aplicar técnicas de investigación de ciencias sociales y humanas, algunas de ellas costosas y complejas, pero necesarias para aproximarnos al conocimiento de una realidad tan sutil, esquiva y cambiante como es la cultura de una empresa.

“Es sutil porque las personas que interactúan en la misma, muchas veces son incapaces de definir sus propias motivaciones e intereses, es esquiva porque los intrincados juegos de poder que existen en una estructura empresarial o implican que en muchos casos la verdad se esconda deliberadamente y cambiante en tanto que lo que hoy es prioritario al día siguiente ya no lo es, puesto que el ser humano y sus construcciones son adaptables a los cambios”<sup>1</sup>.

Por otro lado, aun disponiendo con los recursos para hacer posible el diagnóstico, puede ser complicado llegar a la gerencia de la empresa que es la que autorizará el estudio de la cultura empresarial en su organización.

Ante esta realidad, proponemos dos esquemas de trabajo, uno más sencillo que se reduce a la aplicación de un cuestionario (Esquema de trabajo 1), para el que hemos elaborado un cuestionario a fin de medir la cultura empresarial de un proyecto de emprendizaje, y otro que si bien es mas complejo es mas recomendable aplicar al objeto de diagnosticar la cultura empresarial de la empresa (Esquema de trabajo 2).

#### **ESQUEMA DE TRABAJO 1**

Cuestionario. A modo de ejemplo introducimos como anexo un cuestionario para medir la cultura empresarial de un emprendedor: (ANEXO I)

#### **ESQUEMA DE TRABAJO 2**

Modelo de enclaves de especialización flexible (Piore, M. y Sabel, C. 1990). Al objeto de medir la cultura empresarial de una empresa.

---

<sup>1</sup> Edo Ausach, Francisco Javier: “La cultura empresarial como factor clave de la competitividad empresarial” Memendo. Universidad de Tarragona.

FASE	ÁMBITO	TÉCNICA DE TRABAJO DE CAMPO	OBJETIVOS
1	Entorno	Trabajo de archivo	Conocer el enclave
			Conocer la opinión del entorno sobre la empresa
2	Empresa	Trabajo de archivo	Conocer la bibliografía sobre la empresa
			Elaborar el diseño de las entrevistas
3	Entorno	Entrevista	Conocer la historia de la empresa desde el punto de vista del empresario
			Elaborar Biografía empresarial
4	Empresa	Encuestas de opinión	Conocer puntos débiles y fuertes de la empresa desde el punto de vista de los actores
			Conocer a informadores relevantes
5	Empresa	Mesas redondas	Debatir sobre los puntos débiles/fuertes, en un marco conjunto.
			Profundizar sobre la estrategia organizativa
4	Empresa	Observación participante	Conocer la distribución espacio-temporal en el ámbito de trabajo.
			Conocer el clima laboral
7	Entorno	Entrevistas en profundidad	Conocer el grado de identificación con la cultura de la empresa
			Conocer la capacidad innovadora y la capacidad de incorporar información

FASE	ÁMBITO	TÉCNICA DE TRABAJO DE CAMPO	OBJETIVOS
8	Entorno	Encuestas a prov. y clientes	Conocer la opinión de proveedores y clientes sobre la empresa
			Identificar como perciben la cultura de la empresa desde fuera
9	Empresa	Conclusiones	Definición de la cultura de la empresa

Este método es cualitativo, y se realizaría a través de una serie de registros que sirven como guía en toda la investigación. El índice de registros se basaría en los siguientes elementos principales: la organización social, los hechos de la vida real y el comportamiento del colectivo observado, y finalmente la mentalidad de los mismos.

A continuación proponemos una serie de ámbitos sobre los que habría que realizar los registros y establecer un baremo de puntuaciones para hacer la medición y el diagnóstico:

INDICE DE REGISTROS (VALORACIÓN SUBJETIVA)		Valoración (1-5)
<b>Salud</b>	Jornadas perdidas por baja	
	Condiciones de higiene	
	Contaminación en el ambiente de trabajo	
	Peligrosidad del trabajo	
<b>Seguridad</b>	Seguridad en el empleo	
	Accidentes laborales	
	Tipos de contrato de trabajo	

INDICE DE REGISTROS (VALORACIÓN SUBJETIVA)		Valoración (1-5)
	Asistencia médica y mutualidad laboral	
<b>Renta</b>	Productividad	
	Rentabilidades	
	Remuneración del personal	
	Política de incentivos	
<b>Capacidades</b>	Instrucción de los empleados	
	Cualificación	
	Formación continua	
	Investigación y desarrollo	
<b>Relaciones laborales</b>	Promoción de los empleados	
	Movilidad de los empleados	
	Igualdad de género	
	Reinversión de los beneficios	
<b>Participación</b>	Mecanismos de representación	
	Procedimientos de toma de decisiones	
	Actuación sindical	
	Nivel de información de los empleados	
<b>Autorrealización</b>	Apoyo a la creatividad	
	Valoración de las iniciativas personales	
	Responsabilidad frente a los errores	

INDICE DE REGISTROS (VALORACIÓN SUBJETIVA)		Valoración (1-5)
	Clima de trabajo	
Prestigio	Cuota de mercado	
	Imagen externa	
	Sentimiento de pertenencia a un grupo	
	Política de reclamaciones/devoluciones	

## 3.2 PROTOCOLO DE ACTUACIÓN

### 3.2.1 Determinación del colectivo empresarial a estudiar

Sumergirnos en la vida de una empresa puede ser complicado. Puesto que puede ser plato de mal gusto para el empresario que alguien externo a la empresa penetre en ella para diagnosticar u opinar acerca de su cultura empresarial o su manera de hacer las cosas. Es por ello que tenemos que ser cautos y precavidos a la hora de elegir la empresa u organización a la que queremos dirigirnos para hacer el estudio.

Con buen criterio, elegiremos aquella empresa con la que tengamos mejor flujo de comunicación, y en caso que no lo tengamos pero queramos acceder a ella, tendremos que ir preparando el terreno para no encontrarnos con un no por respuesta.

### 3.2.2 Metodología para la concertación de la visita

#### a) Visita en la empresa: Con cita previa o a “puerta fría”

Si bien podemos usar la técnica “a puerta fría” para hacer visitas informativas a la empresa, “pasar a saludar” y hacer gestiones cortas y sencillas con la empresa en cuestión, es recomendable concertar una cita previa para comenzar con el diagnóstico

de la cultura empresarial. Es decir, para la fase de “allanar el terreno” si que podemos ir pasando de vez en cuando por la empresa a buen criterio nuestro, pues perseguimos

crear flujos de información entre ambas partes y ganarnos la confianza del empresario. Pero para conocer la empresa “al desnudo” es recomendable concertar citas previas.

#### **b) Visita del empresario a la AEDL**

Podemos aprovechar alguna visita del empresario a nuestra oficina para ir replicándole cualquier idea referente a la cultura empresarial. Dado que él es el que nos ha visitado, tenemos que aprovechar esta ocasión para adelantar trabajo y ganarnos su confianza, ya que gozar de esta va a ser determinante para poder realizar nuestro trabajo de diagnóstico sobre su empresa.

#### **c) Por medios telemáticos**

Por vía telemática podemos intercambiar información relacionada con la cultura empresarial. Van a ser complementarios a los encuentros físicos y los vamos a usar para hacerle llegar artículos, información relacionada con la cultura empresarial incluso adelantarle el material que vamos a usar para el diagnóstico, si así nos lo pide.. Aunque como hemos dicho, van a ser complementarios a nuestra acción física.

### **3.3 RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Con las herramientas diseñadas para la recogida y tratamiento de la información, haremos acopio de la información que mas tarde interpretaremos y daremos a conocer a la empresa.

### 3.4 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

Una vez hayamos interpretado los resultados y diagnosticado la cultura empresarial de la empresa, haremos un informe detallado de la misma y la daremos a conocer al empresario. Lo mejor es concertar una entrevista en la que haya un ambiente relajado y distendido para comentar el mismo.

### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Edo Ausach, Francisco Javier: “La cultura empresarial como factor clave de la competitividad empresarial” (Memendo). Universidad de Tarragona.
- Orden de 11 de diciembre de 2009, del Presidente del Servicio Regional de Empleo y Formación, por la que se aprueban las bases reguladoras de subvenciones de los programas de Orientación Profesional y Cultura empresarial.
- Iñaki Vélaz: “Clima y cultura empresarial” (1999). Instituto de Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra.
- Carina Szpilka: “La cultura empresarial como ventaja competitiva” (Blog)



# ANEXOS

## ANEXO I

### CUESTIONARIO-DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA EMPRESARIAL DEL EMPRENDEDOR

**1) Identifica el estado en que se encuentra tu proyecto empresarial \***

- a) Quiere empezar pero no sabe por donde
- b) Tiene una idea pero no sabe si es viable llevarla a cabo
- c) Está en proceso de elaboración de un plan de negocio

**2) Tu idea de negocio la has definido a partir de: \***

- a) Un producto o servicio en alza, fácil y con el que se puede ganar dinero en poco tiempo.
- b) Aquello para lo que se ha formado y le gusta.
- c) El análisis de una buena oportunidad de negocio en el que puede aplicar su experiencia.

**3) ¿Has realizado algún tipo de presupuesto de inversión para el inicio de tu negocio? \***

- a) Todavía no he realizado ningún tipo de presupuesto.
- b) Ha hecho algunos cálculos y cree saber lo que le puede costar comprar todo lo que necesita.
- c) Tiene un presupuesto aproximado de los costes iniciales, y como sobrevivir los primeros meses.

**4) ¿Tienes una idea sobre las ventas posibles con la puesta en marcha de tu empresa? \***

- a) Todavía no sabes lo que puedes vender.
- b) No exactamente, pero conoces personas que están funcionando muy bien con esto.
- c) Has realizado un presupuesto de ventas, gastos y plazos de cobro para obtener estos datos.

**5) ¿Conoces el producto o servicio que va a ser la base de tu negocio? \***

- a) No a fondo, pero piensas que con la práctica es como se aprende.
- b) Has realizado algún curso que ha sido el que te ha dado la idea de poner el proyecto empresarial en marcha.

c) Has trabajado ya en el sector y conoces el producto o servicio en profundidad.

**6) ¿Por qué crees que es el momento de poner en marcha tu proyecto? \***

a) Porque alguna vez hay que ponerlo.

b) Hasta ahora no he tenido dinero para ponerlo, y ahora puedo recibir alguna ayuda para ello.

c) Está seguro que es el momento, por su situación personal y situación económica.

**7) Si te propusieran ser socio de una idea similar, ¿invertirías sin dudar? \***

a) Depende de quien fuera.

b) Creo que yo puedo llevarlo a cabo, pero no estoy seguro si otro lo haría bien.

c) Creo en mi idea, la he estudiado y en iguales condiciones, invertiría sin dudar.

**8) Valoras tu idea como innovadora y original. \***

a) No, en realidad ya está todo inventado.

b) Creo que sí, porque en esta zona no hay competencia.

c) Si, porque mi idea introduce nuevas formas de atender las necesidades que hasta ahora tenían los clientes de la zona de influencia.

**9) ¿Crees que hay productos o servicios alternativos en el mercado? \***

a) No lo se.

b) No en la zona donde voy a ponerlo.

c) Si lo hay, y los conozco, pero voy a introducir nuevas formas de trabajar y ofrecer mis productos y servicios.

**10) ¿Has analizado cuales son las principales dificultades que afectan a las empresas del sector? \***

- a) No parece haber dificultades, hay muchas empresas de lo mismo pero hay mercado para todas.
- b) La falta de innovación, la escasa atención o el servicio al cliente.
- c) Dificultades comunes a otros sectores: la financiación, la competencia, no aplicar buenos métodos de gestión, ..etc. Estoy analizando las dificultades específicas que pueden haber para subsanarlas en mi proyecto.

**11) En el momento de plantearse la idea de negocio, ¿has tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor? \***

- a) El consumidor realmente compra lo que se le ofrece, por tanto solo hay que saber venderle.

Con una buena campaña publicitaria se puede convencer al consumidor de que el producto/servicio que voy a ofrecer es el mejor.

- c) He realizado un estudio en el que he preguntado al futuro consumidor las distintas alternativas que se pueden ofrecer para cubrir sus necesidades reales.

**12) ¿Sabes donde dirigirte para obtener información necesaria sobre el mercado y la competencia? \***

- a) Afirma que no le hace falta.
- b) Si, pero en realidad con conocer lo que se tiene en el área cercana donde quiere situar su establecimiento es suficiente.
- c) Estás ya recogiendo información, a través de estadísticas de organismos oficiales como el INE.

**13) ¿Cuáles son tus competidores mas cercanos? \***

- a) Tu producto o servicio no tiene competencia.
- b) En mi zona no hay productos y servicios que me hagan la competencia.
- c) Conozco algún negocio que competiría con el mío, pero he pensado en alguna ventaja competitiva que me haría un hueco en el mercado.

**14) ¿Crees necesario hacer un estudio de mercado antes de poner en marcha tu proyecto empresarial? \***

No lo creo necesario, pues mi negocio es pequeño.

Me gustaría hacerlo, pero no tengo conocimientos ni recursos para poder realizarlo.

c) Si, de hecho ya he dado los primeros pasos para averiguar aquellos aspectos que más influencia tienen sobre su proyecto.

**15) ¿Cree que la situación económica actual favorece la puesta en marcha de su negocio? \***

a) Creo que si, aunque problemas van a haber siempre.

b) Aunque la situación no es muy buena, es mi mejor momento personal.

c) Creo que es el momento oportuno, ya que los factores socioeconómicos favorecen el sector de actividad de mi proyecto.

**16) ¿Has realizado un análisis D.A.F.O. de tu proyecto? \***

a) No se que es eso.

b) No, he oído hablar de ello, pero no se como hacerlo.

c) Si, ya lo he realizado o estoy en ello.

**17) Has pensado que el proyecto pudiera no tener el éxito deseado) \***

a) Si, de hecho es una cuestión que le hace dudar acerca de continuar con el proyecto de empresa.

b) No le gusta pensar en ello, creo que resulta fundamental ser optimista para sacar el proyecto adelante.

c) Si, la posibilidad de fracaso es una realidad del proyecto, aún así estoy seguro de seguir con él.

**18) ¿Con cual de las siguientes afirmaciones se siente más identificado? \***

a) Suelo esperar que alguien tome la iniciativa, me siento más cómodo si otras personas lo hacen en mi lugar.

b) Me gusta formar parte de un equipo.

c) Me gusta tomar la iniciativa tanto en el aspecto personal como en el profesional.

**19) ¿Qué te preocupa más del hecho de poner en marcha tu proyecto? \***

a) El número de horas que tendré que trabajar.

b) Si estaré preparado para sacarlo adelante.

c) El obtener la financiación necesaria para llevarlo a cabo.

**20) ¿Con cual de las siguientes afirmaciones te sientes más identificado? \***

- a) En general, casi todo está ya inventado.
- b) Siempre existen formas diferentes de hacer las cosas.
- c) Me gusta experimentar cosas nuevas.

**21) ¿Con cual de las siguientes afirmaciones te sientes más identificado? \***

- a) En general, no me planteo objetivos difíciles de conseguir.
- b) En ocasiones logro aquello que me propongo.
- c) Considero que he logrado casi todo aquello que me he propuesto.

**22) Generalmente, ¿dedica las horas necesarias para hacer bien una tarea o llevar a cabo un proyecto? \***

- a) Precisamente pongo mi empresa para no tener una jornada interminable.
- b) Hay que dedicar las justas, ni mas ni menos.
- c) Insisto en conseguir mis objetivos a pesar de los obstáculos y contratiempos que se presenten, no importa el tiempo que haya que dedicarle.

**23) Ante situaciones que requieren de decisiones rápidas: \***

- a) Intento consultar con alguien antes de tomar una decisión.
- b) Sopeso con calma los "pros" y los "contras"
- c) Cuando surgen problemas, tiendo a encontrar soluciones de inmediato.

**24) ¿Cual de las siguientes afirmaciones te hace sentir más cómodo? \***

- a) Me gusta comunicarme con los demás de forma relajada.
- b) En algunas ocasiones me gusta tomar la iniciativa.
- c) No me resulta difícil convencer a los demás sobre lo acertado de sus decisiones.

## VALORACIÓN

Anotar 1 punto por cada a) que se haya marcado, 2 puntos por cada (b, 3 puntos por cada (c.

Sumar el total de puntos y anotarlo en la siguiente tabla:

ITEM	Puntuación
( 1-8) MADUREZ DE LA IDEA	
(9-16) CONOCIMIENTO DEL MERCADO	
(17-24) ACTITUDES	

( 1-8) MADUREZ DE LA IDEA	
Puntos: de 8 a 13 MADUREZ BAJA	No tiene clara la idea de negocio que quiere emprender, ni ha reflexionado en profundidad sobre la misma. Necesita realizar un análisis más pormenorizado para desarrollar más claramente la idea de negocio y los aspectos fundamentales que conlleva.
Puntos: de 14 a 19 MADUREZ MEDIA	Tiene que trabajar algunos aspectos de su idea empresarial, así como ser consciente de los esfuerzos que requiere la misma. Hacer un plan de negocio le ayudará a llevar a cabo su idea empresarial con más seguridad.
Puntos: de 20 a 24 MADUREZ ALTA	Tiene muy clara su idea de negocio y ha reflexionado con detenimiento acerca de sus posibilidades. Es aconsejable ordenar toda su información en un Plan de Empresa y asesorarse convenientemente de aquellos aspectos que desconozca todavía.

<b>( 9-16)CONOCIMIENTO DEL MERCADO</b>	
Puntos: de 8 a 13 MADUREZ BAJA	El desconocimiento del mercado hacia el que se dirige un emprendedor es un factor de riesgo en la creación de empresas. No parece que haya reflexionado previamente y conozca lo suficiente acerca del mercado en que se vaya a situar.
Puntos: de 14 a 19 MADUREZ MEDIA	Debe profundizar más en su conocimiento del mercado, realizar un estudio más pormenorizado de la competencia y de los potenciales clientes. La realización del Plan de Negocio le ayudará a plantearse las preguntas necesarias.
Puntos: de 20 a 24 MADUREZ ALTA	Se ha preocupado de analizar el entorno y el mercado. Esto le dará una mayor fortaleza para afrontar la puesta en marcha de su proyecto empresarial.

<b>( 17-24) PERFIL DEL EMPRENDEDOR</b>	
Puntos: de 8 a 13 MADUREZ BAJA	Debe fortalecer su perfil emprendedor, no basta una buena idea y conocimiento del mercado, sui después no se está preparado para afrontar los retos permanentes que supone poner en marcha un proyecto empresarial.
Puntos: de 14 a 19 MADUREZ MEDIA	Tiene una buena base personal para ser emprendedor pero debe analizar y fortalecer algunas de sus habilidades y capacidades personales, afrontar la puesta en marcha de una empresa requiere que las capacidades personales estén a un nivel óptimo.
Puntos: de 20 a 24 MADUREZ ALTA	Muestra capacidades para ser un buen emprendedor. Estas cualidades junto con un buen desarrollo del proyecto empresarial son bases sólidas para iniciar su camino emprendedor.



**2014**

# **TICS APLICADAS AL PEQUEÑO COMERCIO**



**ESCUELA DE FORMACIÓN  
E INNOVACIÓN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**



**Servicio Regional de  
Empleo y Formación**

**RED DE AGENTES DE EMPLEO Y  
DESARROLLO LOCAL REGIÓN DE  
MURCIA**

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. AMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS
4. PROTOCOLO Y ACTUACIONES
5. HERRAMIENTAS
6. ORGANISMOS DE INTERÉS
7. WEBGRAFIA
8. ANEXOS

ANEXO I - BASE DE DATOS DE EMPRESAS

ANEXO II - MODELO DE CONVENIO

ANEXO III - FORMULARIO DE DIAGNÓSTICO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE  
COMERCIO MINORISTA

ANEXO IV - AYUDAS DEL MINISTERIO INDUSTRIA, ENERGIA Y TURISMO

ANEXO V - MODELO INFORME

## 1. INTRODUCCION

La implantación de las nuevas tecnologías ha supuesto en el sector del comercio minorista una revolución en los procesos organizativos, despertando numerosas expectativas entre los profesionales y los clientes. Este nuevo desarrollo permite que grandes y pequeñas empresas compitan con una cierta igualdad de condiciones, acudiendo a un público potencial más amplio con inversiones mínimas en cuanto a recursos humanos y técnicos.

Hay que tener en cuenta que aspectos como la globalización, la Sociedad de la Información o el comercio electrónico son fenómenos actuales que retan a la continuidad de determinadas empresas del comercio minorista, siendo un elemento imprescindible para su supervivencia la adopción de las nuevas tecnologías.

Para conseguir que estas empresas sean eficientes y competitivas es necesario desarrollar una cultura de innovación y modernización comercial mediante la implantación de nuevas tecnologías que sirvan de palanca para impulsar su actividad comercial, ofreciendo un servicio de calidad.

Con esta perspectiva, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) presenta un gran número de posibilidades aplicables al pequeño comercio que puede favorecer su grado de competitividad, reduciendo sus gastos de aprovisionamiento y distribución, aparte de dotar a su clientela de un mayor grado de facilidad a la hora de conocer sus productos y servicios.

En este sentido, las TIC permiten:

- Ahorrar tiempos en los procesos y transacciones intermedios de la distribución.
- Ampliar la oferta en los medios de pago y fomentar otras tipologías de compra.
- Facilitar la diversificación de horarios mediante la puesta a disposición de los clientes de medios tecnológicos que facilitan la compra en jornadas continuas.
- Favorecer la cooperación inter/intra sectorial, propiciando la generación de economías de escala.
- Estimular la ampliación de mercados.

- Aumentar la participación de la economía globalizada.
- Mejorar los procesos de control y aseguramiento de la calidad.

***Las TIC`s son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionara la información, entendiendo este concepto referido tanto a los ordenadores como a Internet, correo electrónico, aplicaciones informáticas, telefonía fija y móvil, etc.***

## **2. OBJETIVOS**

Sensibilizar y divulgar sobre la importancia y ventajas del uso de las Nuevas Tecnologías aplicadas al sector comercio para mejorar la competitividad, la productividad y la rentabilidad en su negocio.

## **3. AMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS**

Va dirigida a los empresarios/as del comercio minorista de hasta 10 trabajadores englobados en los siguientes:

- Comercio de Alimentación
- Moda, zapatería y complementos
- Peluquería y belleza
- Perfumería y cosmética
- Muebles, decoración y hogar
- Óptica y salud,
- Artesanía, joyería y bisutería, regalos y piel
- Librería, papelería y kioscos
- Taller mecánico
- Otros

#### 4. PROTOCOLO Y ACTUACIONES

Son muchos los posibles pasos a seguir en un protocolo de seguimiento. A continuación se exponen algunos pasos a seguir teniendo en cuenta la posibilidad de cambio, modificación y establecimiento según se considere o demande.

- ✓ Diseño de una herramienta informática tipo base de datos de las empresas con las que se seleccionen para trabajar con las TIC's, según parámetros establecido en el ámbito de actuación y destinatarios. (Anexo I)
- ✓ Firma convenio con asociaciones, empresas de informática y consultoras para la implantación de nuevas tecnologías en empresas, a través de formación y asesoramiento tecnológico. (Anexo II)
- ✓ Campaña de Información y sensibilización a los empresarios de comercio minoristas sobre las ventajas de la aplicación de las NT a su actividad, a través de jornadas de difusión.
- ✓ Visitas individualizadas para informar de TIC's
- ✓ Análisis de la situación actual de TIC's en comercio seleccionado, a través de la realización de un diagnóstico individualizado de partida que nos ayude a conocer el grado de implantación, uso, acceso y necesidades del comercio minorista en relación a las TICS. (Anexo III)
- ✓ Una vez realizado el informe de diagnóstico y detectadas las necesidades, se les asesora y orienta sobre las posibles actuaciones de mejora en su comercio, pudiendo ser:
  - Asesoramiento en subvenciones y gestión para Nuevas Tecnologías (Anexo IV)
  - Formación TIC mediante talleres y/o cursos
  - Asesoramiento tecnológico
- ✓ Campaña de formación: jornadas, seminarios y/o talleres destinados a las empresas interesadas, impartidos a través de convenios con asociaciones empresariales y/o empresas especializadas. Anexo II

- ✓ Hacer el seguimiento de implantación de TIC's., mediante informes de seguimiento de utilización de TIC's por la empresa. La recopilación de los informes periódicos será la base para elaboración del informe final de un óptimo seguimiento de implantación de TIC's en las empresas. (Anexo V)
- ✓ Comunicar las incidencias habidas durante el desarrollo de implantación de TIC's
- ✓ Evaluación. Participar en la evaluación y mejora de implantación de TIC's en las empresas. (Anexo III)
- ✓ Elaboración informe final (Anexo V)

PROTOCOLO	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de una herramienta base de datos</li> <li>- Recoger datos de Empresas</li> </ul>	Elaborar una base de datos	Base de datos de empresas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conveniar con asociaciones, empresas de informática y consultoras</li> <li>- Firmar convenio</li> </ul>	Bono TIC's	Convenio para el fomento de las TICS en el comercio minorista
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar campaña consistente en jornadas, talleres</li> <li>- Contactar con empresas de informática, asociaciones, consultoras para impartir los talleres</li> <li>- Contactar con organizaciones sin ánimo de lucro especializadas para impartir talleres</li> <li>- Elaborar folleto</li> <li>- Difundir campaña</li> </ul>	Campaña de información y sensibilización	Convenio para el fomento de las TICS en el comercio minorista

PROTOCOLO	ACTUACIONES	HERRAMIENTAS
- Realizar visitas in situ		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un diagnóstico individualizado a los comercios</li> <li>- Análisis de la situación</li> <li>- Detección de las necesidades</li> </ul>	Diagnóstico TICs	Formulario de diagnóstico tecnológico del sector del comercio minorista
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención individualizada</li> <li>- Asesoramiento tecnológico</li> <li>- Asesoramiento en subvenciones y gestión en Nuevas Tecnologías</li> <li>- Orientación formativa</li> <li>- Derivación a técnicos especializados</li> </ul>	Asesoramiento, orientación y derivación	- Listado de subvenciones y organismos de interés
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de cursos de formación en TIC`s</li> <li>- Contactar con empresas de informática, asociaciones, consultoras para impartir los cursos</li> <li>- Contactar con organizaciones sin animo de lucro especializadas para impartir cursos</li> </ul>	Campaña de formación	Convenio para el fomento de las TICS en el comercio minorista
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recopilar información periódica</li> <li>- Elaboración informe</li> </ul>	Seguimiento implantación	- Modelo informe
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Volver a realizar diagnostico</li> <li>- Comparar resultados</li> <li>- Analizar las mejoras</li> </ul>	Evaluación	- Formulario de diagnóstico tecnológico del sector del comercio minorista

## 5. HERRAMIENTAS

- ANEXO I. BASE DE DATOS DE EMPRESAS
- ANEXO II. MODELO DE CONVENIO PARA EL FOMENTO DE LAS TICS EN EL COMERCIO MINORISTA
- ANEXO III. *FORMULARIO DE DIAGNÓSTICO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA*
- ANEXO IV. AYUDAS DEL MINISTERIO INDUSTRIA, ENERGIA Y TURISMO
- ANEXO V. MODELO DE INFORME

## 6. ORGANISMOS DE INTERES

Cámaras de Comercio: [www.camaralorca.com](http://www.camaralorca.com); [www.cocin-murcia.es](http://www.cocin-murcia.es)

Ayuntamientos

Timur: [www.timur.es](http://www.timur.es)

INFO: [www.institutofomentomurcia.es](http://www.institutofomentomurcia.es)

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (MITYC): [www.minetur.gob.es](http://www.minetur.gob.es)

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI): [www.cdti.es](http://www.cdti.es)

Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA). [www.enisa.es](http://www.enisa.es)

FUNDACIÓN INCYDE: [www.incyde.org](http://www.incyde.org)

## 7. WEBGRAFIA

- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información Entidad Pública Empresarial Red. Es. [www.red.es](http://www.red.es)
- Libro blanco de las Tic en el Sector Comercio Minorista, Junta de Castilla y León y Fundetec. [www.jcyl.es](http://www.jcyl.es)
- Informe PYME 09, análisis sectorial de implantación de las TIC's en la PYME española [www.ipyme.org](http://www.ipyme.org)



# ANEXOS

## ANEXO I

### BASE DE DATOS DE EMPRESAS

La base de datos constará de los siguientes campos

**1. Nombre de la empresa**

**2. CIF**

**3. Dirección**

**4. Persona de Contacto**

**5. Tlf de la empresa**

**6. Móvil**

**7. Email**

**8. Pág. web**

**9. Redes sociales**

**10. Tamaño de la empresa**

● Autónimo

● Microempresa (1-10 empleados)

**11. Subsector de actividad o Alimentación y artículos básicos**

● Artesanía, Joyería y bisutería, Regalos y Piel

● Moda, Zapatería y Complementos

● Librería, papelería y kioscos

● Muebles – Decoración – Hogar

● Óptica y Salud

- Peluquería y belleza
- Perfumería y cosmética
- Taller mecánico
- Comercio y alimentación

## **12. Antigüedad del comercio**

- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- De 3 a 6 años
- Más de 6 años

## **13. Ubicación del comercio**

- Núcleo urbano. Área residencial
- Núcleo urbano. Área empresarial
- Centro comercial
- Ámbito rural

**ANEXO II****MODELO DE CONVENIO****CONVENIO PARA EL FOMENTO DE LAS TICS EN EL COMERCIO MINORISTA DEL MUNICIPIO DE**

a \_ de \_\_\_\_\_ de 2014

De una parte D. \_\_\_\_\_, mayor de edad, con D.N.I. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, con CIF \_\_\_\_\_, con domicilio \_\_\_\_\_, titular del comercio minorista

De otro parte D \_\_\_\_\_ mayor de edad, con DNI \_\_\_\_\_, en nombre y representación de la consultora/empresa de informática/asociación empresarial con CIF \_\_\_\_\_ con domicilio.

Ambas partes manifiestan capacidad bastante para conveniar y obligarse y en su virtud,

**MANIFIESTAN:**

**I.-** El **Ayuntamiento de .....**, está dispuesto a intensificar su colaboración con todo el tejido empresarial del municipio, especialmente mediante la implementación de medidas de ámbito local para sensibilizar sobre la importancia de las TIC'S aplicadas al sector comercial.

**II.-** El presente Convenio pretende impulsar el desarrollo de iniciativas tendentes a estimular el desarrollo empresarial local, apoyar en fomento, sensibilización y difusión de implementación de las TICS en el comercio minorista.

III.- Las consultoras/empresas de informática/asociación empresarial de , están interesadas como otros agentes socioeconómicos del municipio en fomentar las nuevas tecnologías, para la creación de riqueza y aumento de competitividad, para el desarrollo social y económico de sus convecinos.

En virtud de lo expuesto, conscientes de la importancia del asesoramiento al comercio minorista y la generación de riqueza en el municipio entienden que la colaboración puede resultar beneficiosa para ambas partes, ya que se cumple con los objetivos del Plan Municipal que recordemos en términos generales son:

- Activar la capacidad de generar empleo.
- Fomentar la instalación de actividades económicas y empresariales en el territorio.
- Fomentar la competitividad en las empresas comerciales.

Por todo ello, dicha colaboración se llevará a efecto con arreglo a las siguientes:

## ESTIPULACIONES

### PRIMERA.- Objeto

Es objeto del presente convenio el FOMENTAR LAS APLICACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN A COMERCIOS MINORISTAS en el municipio de . Se pretende con ello desarrollar las medidas y actividades, tendentes a la detección, promoción y asesoramiento de comercio minorista, que contribuyan al desarrollo económico del municipio.

Se trata de un programa dirigido a sufragar los primeros gastos de asesoramiento de implantación de las TICS a los/as beneficiarios/as/ según lo establecido en las siguientes estipulaciones, denominándose el Programa *Bono TICS*".

Las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial participante en este programa prestarán el servicio gratuito a los comercios minoristas beneficiarios del Bono TICS, conforme a este convenio.

El convenio no tendrá coste alguno para el Ayuntamiento de .

## **SEGUNDA.- Compromisos de las partes.**

### **I.- Compromisos del Ayuntamiento:**

- a) Promover con los medios con los que actualmente cuenta el Ayuntamiento, actuaciones encaminadas a poner en valor la contribución de los comercios minoristas en la creación de riqueza y empleo en el municipio, valorizando el rol de comercio como generador de riqueza para la sociedad.
- b) Informar a las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial de los requisitos del programa y a derivarles los comercios minoristas beneficiarios conforme a lo establecido en este convenio.
- c) Facilitar una orientación y asesoramiento básico a los comercios minoristas a través de los servicios de empleo y de desarrollo local.
- d) Difundir las actuaciones del programa Bono TICS a través de la pagina web de y los medios de comunicación
- e) Informar anualmente a las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial de los resultados de este convenio.

### **II.- Compromisos de las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial:**

- a) Ofrecer asistencia a los comercios minoristas derivados desde el Ayuntamiento
- b) Ofrecer asesoramiento a los comercios minoristas beneficiarios conforme a los requisitos establecidos en este convenio.
- c) Enviar fichas de seguimiento al ayuntamiento de , de los comercios minoristas atendidos .

**TERCERA.- Bono tecnológico “BONO TICS”.**

Consiste en un bono Simbólico valorado en 500 €, correspondiente a 3 meses de asesoramiento, que las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial adheridas al convenio prestarán a los comercios minoristas portadores del BONO TICS

Los comercios minoristas beneficiarios podrán participar una sola vez en el Programa BONO TICS , El Ayuntamiento de garantizarán la exclusión de los beneficiarios que hayan participado ya en el mismo y hayan hecho valer su bono ante cualquier entidad de asesoramiento participante en el mencionado “BONO TICS” .

Para establecer el orden de asignación del bono a las distintas entidades de asesoramiento se llevará a cabo un sorteo en el que se seleccionará un número vinculado a alguna de las entidades adheridas las cuales comenzarán su acción.

El bono no se materializará en ningún caso en metálico, sino que se sustanciará con la prestación de servicios de asesoramiento para la implantación de las TICS en nuestro municipio.

Los servicios de asesoramiento prestados a los tenedores del bono se desarrollarán en una misma entidad de asesoramiento, en virtud de las necesidades del comercio minorista, no pudiendo hacer valer este bono en otra entidad, aunque no haya consumido la totalidad de la cuantía del bono servicio.

Los servicios de asesoramiento que el comercio minorista recibirá por parte de la entidad de asesoramiento designada dependerá de los precios que se determinen en cada consultora/empresa informática/ asociación empresarial, asegurándole al comercio minorista que al menos va a poder disfrutar de 500 € (tres meses de asesoramiento). Agotado este crédito o los tres meses, finaliza los objetivos fijados por el Programa y el comercio minorista deberá abonar los servicios demandados a la entidad de asesoramiento como cualquier cliente de la entidad.

El beneficiario no está obligado en ningún momento, una vez agotado el crédito recibido en forma de bono o una vez finalizado el Programa, a continuar en esta entidad de asesoramiento designada en virtud del Programa “Bono TICS”.

No pudiéndole reclamar esta entidad cuantía alguna por los servicios prestados inicialmente hasta la cantidad de 500 € consignada mediante Bono.

**CUARTA.- Condiciones de los beneficiarios. (PYME)**

Podrán acogerse a los beneficios del presente convenio, comercios de menos de 10 trabajadores, englobados en los siguientes:

- Comercio de Alimentación
- Moda, zapatería y complementos
- Peluquería y belleza
- Perfumería y cosmética
- Muebles, decoración y hogar
- Óptica y salud,
- Artesanía, joyería y bisutería, regalos y piel
- Librería, papelería y kioscos
- Taller mecánico
- Otros

**REQUISITOS**

- I. Los beneficiarios del Bono, no podrá volver a ser beneficiarios del mismo.
- II. A los efectos de la presentes bases, se entenderá por comercios aquellas personas físicas bajo cualquier forma mercantil admitida a derecho y tenga su domicilio fiscal y su actividad en el municipio de .
- III. Por otro lado, se entiende como micropyme toda empresa que reúna los criterios establecidos en el Anexo I del Reglamento (CE) nº 70/2001 de la Comisión, de 12 de enero de 2001, relativo a la aplicación de los artículos 87 y 88 del Tratado CE a las ayudas estatales a las pequeñas y medianas empresas y modificado por el Reglamento (CE) nº 364/2004 de la Comisión, de 25 de febrero de 2004, que incorpora la Recomendación



2003/361/CE, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas. De acuerdo con ello, se entenderá por microempresa (micro pyme) aquella que cumpla los efectivos y límites financieros siguientes:

- Que ocupe un efectivo de personal de menos de 10 personas.
- Cuya facturación o activo no exceda de dos millones de euros.

#### **QUINTA.- Solicitud “BONO TICS” para comercios minoristas.**

##### Solicitud de Participación en el Programa:

Los comercios minoristas interesados en participar en el Programa presentarán Solicitud de participación en el Registro General del . Se podrán recoger las solicitudes en la web municipal, y la Concejalía de Empleo, Formación y Desarrollo Local.

Una vez completado el formulario y acompañada la documentación requerida y previo informe favorable de los técnicos de la Concejalía, se le hará entrega de un bono nominativo denominado “Bono TICS” que podrá ser canjeado en las consultoras/empresas informáticas/asociación empresarial que por turno se le designe.

##### Documentación a presentar:

- Solicitud , “Bono TICS”
- D.N.I empresario/a titular del comercio
- Vida Laboral

#### **SEXTA.- Condiciones de Adhesión de las CONSULTORAS/EMPRESAS INFORMATICAS/ASOCIACIÓN EMPRESARIAL**

Las entidades de asesoramiento de ámbito local se comprometen mediante la adhesión al convenio regulador del Programa “BONO TICS” a prestar asesoramiento tecnológico con diligencia a los comercios minoristas que porten físicamente “BONO TICS” y a justificar la atención o servicio realizado mediante el envío de la ficha de servicios realizados

Podrán ser miembros adheridos al programa, cualquier consultora, empresa de informática y asociación empresarial, ya sea persona física o entidad societaria, que se encuentre censada en el

municipio de \_\_\_\_\_, preste servicios profesionales físicamente en el municipio con carácter permanente.

#### **SEPTIMA.- Solicitud de adhesión de las CONSULTORAS/EMPRESAS INFORMATICAS/ASOCIACIÓN EMPRESARIAL**

##### Solicitud de Adhesión:

La documentación a presentar por los miembros de la red son:

- Solicitud debidamente cumplimentada.
- Documento de Identificación del representante o apoderado miembro de la red.
- CIF de la entidad si se trata de una entidad societaria.
- Declaración censal.
- Certificación del Colegio Profesional de pertenencia.

#### **OCTAVA.- Vigencia del Programa. “BONO TICS”**

El Programa “BONO TICS” tiene una vigencia de 12 meses, iniciándose el día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201X. Los servicios de asesoramiento que no hayan sido agotados en esta fecha de finalización del programa se pueden prorrogar excepcionalmente hasta completar los tres meses de asesoramiento.

La posible prorroga del Programa deberá ser tomada por decisión expresa y suscrita por cada de los miembros participantes adheridos en este primer convenio.

#### **NOVENA.- Extinción del Convenio.**

El convenio se extinguirá por vencimiento del plazo previsto en la estipulación tercera, por incumplimiento de las obligaciones de cualquiera de las partes previa denuncia realizada por escrito con una antelación mínima de un mes, o por decisión de cualquiera de las partes fundamentada en la existencia de causas que obstaculizan el cumplimiento del convenio previa valoración de los técnico de la Concejalía.

El Ayuntamiento, podrá resolver el presente Convenio siempre que la actuación de los miembros participantes produzcan o generen perjuicios o daños graves a los intereses municipales, sin perjuicio de la exigencia de la responsabilidad que se haya podido producir o derivar.

**DECIMA.- Naturaleza del Convenio.**

El presente Convenio de Colaboración tiene carácter administrativo y se encuadra jurídicamente en el artículo 4.1-d) del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, estando, por tanto, excluido de su aplicación directa, si bien se aplicarán los principios de dicha Ley para resolver las dudas y lagunas que puedan surgir durante su vigencia.

En consecuencia las cuestiones litigiosas que se produzcan durante la vigencia del presente Convenio de Colaboración serán dirimidas por la jurisdicción contencioso-administrativa.

El Alcaldes/a-Presidente/a del Ayuntamiento

Los/las representantes de las entidades de asesoramiento.

**FDO.- EL ALCALDE PRESIDENTE**

**FDO.- LA CONSULTORA**

## ANEXO III

### FORMULARIO DE DIAGNÓSTICO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA

Este formulario tiene como objetivo conocer el grado de uso y acceso a las nuevas tecnologías de la información por el colectivo empresarial del comercio minorista.

#### ■ IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

##### ➤ **Tamaño de la empresa**

Autónomo

Microempresa (1-9 empleados)

##### ➤ **Subsector de actividad o Alimentación y artículos básicos**

Artesanía, Joyería y bisutería, Regalos y Piel

Moda, Zapatería y Complementos

Librería, papelería y kioscos

Muebles – Decoración – Hogar

Óptica y Salud

Peluquería y belleza

Perfumería y cosmética

Taller mecánico

Comercio y alimentación

➤ **Antigüedad del comercio**

Menos de un año

De 1 a 3 años

De 3 a 6 años

Más de 6 años

➤ **Ubicación del comercio**

Núcleo urbano. Área residencial

Núcleo urbano. Área empresarial

Centro comercial

Ámbito rural

**■ INFRAESTRUCTURA INFORMÁTICA Y DE TELECOMUNICACIONES**

**1. ¿De qué equipamiento dispone su comercio? (Posibilidad de respuesta múltiple)**

Ordenador personal (número)

Ordenador portátil (número)

Servidor (número)

TPV - Terminal Punto de Venta fijo (número)

TPV - Móvil a través de GPRS

Lector código de barras.

Impresora.

Impresora térmica ticket.

Scanner.

Red inalámbrica (red wifi).

Sistema para copias de seguridad

PDA / Dispositivos móviles.

Sistema de video-vigilancia.

**2. ¿Qué sistemas de comunicación tiene contratados/ instalados en el comercio?**

Teléfono fijo.

Telefonía móvil empresarial.

Centralita telefónica.

Fax.

Datáfono.

Conexión a Internet (RTB / RDSI / ADSL / Cable / Otros)

Televisión Digital Terrestre (TDT).

Sistemas domóticos (alarma, control de accesos, sistemas de emergencia, control de productos/ artículos, etc.).

SI NO DISPONE DE EQUIPOS INFORMÁTICOS PASE A LA SECCIÓN ACTITUD ANTES LAS TIC'S.

PREGUNTA 26

**3. ¿Cuál es la antigüedad de los equipos informáticos de su comercio?**

Inferior a 1 año.

De 1 a 3 años.

De 3 a 5 años.

Superior a 5 años.

**4. En caso de disponer de más de un ordenador ¿están unidos en una red para compartir archivos, impresora, etc.?**

Si

No

**■ INTERNET****5. ¿Dispone de acceso a Internet?**

Si

No

SI DISPONE DE ACCESO A INTERNET PASE A LA PREGUNTA 7

**6. ¿Cuáles son las razones para no disponer de conexión a Internet?**

No hay cobertura.

No es necesaria en mi caso.

No resulta asequible económicamente.

Desconozco los beneficios de tener conexión a Internet

No me lo he planteado

**7. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet?**

Todos los días.

De 3 a 6 días a la semana.

Un día a la semana.

Una vez cada 15 días.

Una vez al mes.

Con menos frecuencia.

NS/NC

**8. ¿Para qué utiliza Internet? (Respuesta múltiple)**

Búsqueda de información

Gestiones bancarias

Trámites con la administración (liquidación de impuestos, altas/bajas trabajadores,...)

Relación con clientes / proveedores



Acciones de marketing

Búsqueda y contratación de personal

Formación a través del ordenador

Oportunidades de negocio

Análisis de competencia

**9. ¿Emplea el correo electrónico habitualmente?**

No lo utiliza/ No dispongo de correo electrónico.

Esporádicamente.

Con frecuencia.

Uso generalizado.

**10. Su negocio, ¿dispone de página web?**

Si

No

SI SU COMERCIO DISPONE DE PÁGINA WEB PASE A LA PREGUNTA 12

**11. ¿Tiene intención de realizarla?**

No tengo intención.

En el próximo año.

Sin fecha prevista aún.

No me lo he planteado

SI SU COMERCIO NO POSEE PÁGINA WEB PASE A LA SIGUIENTE SECCIÓN: SOLUCIONES IMPLANTADAS

**12. ¿Qué contenidos incluye su sitio web? (Respuesta múltiple)**

Información general del comercio.

Catálogo e información detallada de productos.

Formulario de contacto.

Datos de localización del comercio.

Versión en otros idiomas.

Buscador.

**13. ¿Con qué frecuencia actualiza los contenidos de su sitio web?**

No ha sido actualizada nunca.

Han sido modificados puntualmente algunos contenidos.

Lo actualizo de manera frecuente

**14. ¿Dispone de un dominio registrado en Internet?¿Qué tipo de dominio?**

Si

No

Si la respuesta es SI seleccione cual/es:

Dominio .es

Dominio .com

Otro:

**15. ¿Revisa periódicamente las estadísticas de visitas recibidas a su página web?**

Si

No

**■ SOLUCIONES IMPLANTADAS**

**16. ¿Qué programas informáticos tiene instalados en los ordenadores de su comercio?**

(respuesta múltiple)

Gestión de caja y punto de venta TPV.

Procesador de textos, hoja de cálculo... (ofimática en general)

Bases de datos

Programas de diseño

Contabilidad

Facturación

Gestión con entidades financieras

Gestión de compras

Gestión de stock/almacén

Gestión y relación con clientes CRM

Gestión de tienda on-line

Gestión integral ERP

Programas específicos relacionados con mi actividad comercial

**17. ¿Qué sistemas/medidas de seguridad informática ha instalado para los ordenadores de su comercio? (respuesta múltiple)**

SAI - Sistema de Alimentación Interrumpida

Antivirus

Protección frente a correo no deseado (Anti-spam)

Cortafuegos (software/hardware)

Protección frente a software espía

**18. ¿Emplea o piensa emplear alguna de las siguientes tecnologías? (respuesta múltiple)**

Conexión a Internet para los clientes en el comercio mediante una red inalámbrica wi-fi

Firma/certificado digital

Facturación electrónica

**19. ¿Qué soluciones de las siguientes implantaría en su comercio? (respuesta múltiple)**

Página Web promocional

Página Web con ventas (comercio electrónico)

Base de datos de clientes

Gestión parcial del comercio con programas informáticos

Gestión integral del comercio con programas informáticos

Otras:

## **■ COMERCIO ELECTRÓNICO**

### **20. ¿Compra a través de Internet a sus proveedores?**

Si

No

### **21. ¿Vende a través de su página web?**

Si

No

EN CASO DE NO VENDER A TRAVÉS DE LA WEB DE SU COMERCIO PASE A LA PREGUNTA 25

### **22. ¿Qué formas de pago tienen a disposición sus clientes?**

Tarjeta de crédito

Contra reembolso

Transferencia bancaria

Domiciliación bancaria

Tarjeta del establecimiento

A través de móvil

**23. Indique por qué cree que es importante para su comercio vender a través de**

**Internet** (respuesta múltiple) :

Mejora de la imagen

Captación de nuevos clientes

Mantenerse a la altura de los competidores

Aceleración del proceso de negocio

Expansión geográfica del mercado

Mejora de la calidad de los servicios

Reducción de los costes de negocio

Oferta de un servicio personalizado al cliente.

Lanzamiento de nuevos productos y/o servicios

**24. ¿Ha realizado alguna campaña o acción publicitaria de su comercio a través de medios como Internet, mensajería SMS?**

Si

No

EN CASO DE VENDER A TRAVÉS DE INTERNET PASE A LA PREGUNTA 27

**25. Si no vende a través de Internet indique sus razones (respuesta múltiple)**

Mi comercio no necesita un nuevo canal de ventas

No me lo he planteado

Mis productos no son adecuados para su venta a través de Internet

Falta seguridad en las formas de pago

Los clientes no son receptivos a la compra por Internet

El servicio prestado a través de Internet es de peor calidad

Existe incertidumbre respecto al marco legal de las ventas por Internet

Existen problemas en los procesos de entrega

No puedo asumir los costes de poner en marcha la venta a través de Internet

**■ ACTITUD ANTE LAS TIC**

EN CASO DE DISPONER DE EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO EN SU COMERCIO PASE A LA PREGUNTA 27

**26. ¿Cuáles son las barreras encontradas para no instalar equipos informáticos en su comercio? (respuesta múltiple)**

Costes elevados

Falta de ayudas y subvenciones

Dificultad en la adaptación y uso

Falta de confianza e inseguridad

Formación insuficiente de los empleados

Desconocimiento de los beneficios

EN CASO DE NO DISPONER DE EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO EN SU COMERCIO PASE A LA PREGUNTA 28

**27. ¿Qué beneficios trae para su comercio el uso de las nuevas tecnologías?** (respuesta múltiple)

Mejorar la organización interna

Mejorar mis procesos de negocio (compras, gestión de stocks, ventas, facturación...)

Mejorar la comunicación con clientes y/o proveedores

Ahorrar costes en los procesos de gestión y comunicación del comercio

Ofrecer nuevos productos y servicios a los clientes

**28. ¿Cuál es la valoración general en cuanto al uso de tecnologías en su actividad diaria?**

Son imprescindibles

Son muy útiles

Son un elemento más

No son nada útiles



**29. ¿Qué valoración realiza de las ayudas existentes actualmente para la incorporación de tecnologías en su comercio?**

Sin valoración

Baja

Media

Alta

Indiferente

**30. ¿Qué tipo de mejoras tecnológicas cree que deberían ser apoyadas prioritariamente a través de subvenciones? (Selección hasta 3)**

Conexión a Internet en el comercio

Incorporación / Modernización del equipamiento informático del comercio

Incorporación / actualización de software para la gestión del comercio

Página Web y Comercio electrónico

Formación TIC para los trabajadores

## ANEXO IV

### AYUDAS DEL MINISTERIO INDUSTRIA, ENERGIA Y TURISMO

<http://www.minetur.gob.es/PortalAyudas/Paginas/convocatorias-ayudas.aspx?cg=Secretar%C3%ADa%20de%20Estado%20Telecomunicaciones%20y%20Sociedad%20Informaci%C3%B3n>

RED. ES (MITYC)

<http://www.red.es/redes/actuaciones/69/230>

INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

<http://www.institutofomentomurcia.es/web/innova/ayudas-info-cdti>

ENYSA

<http://www.enisa.es/es/financiacion/info/lineas-enisa/jovenes-emprendedores>

CDTI

<http://www.cdti.es/index.asp?MP=7&MS=236&MN=3>

MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD

<http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.791459a43fdf738d70fd325001432ea0/?vgnextoid=f3e39beba5267410VgnVCM1000001d04140aRCRD&vgnnextchannel=7b765656ecfe310VgnVCM1000001d04140aRCRD&vgnnextfmt=formato2&id3=d3fcd7ae428e7410VgnVCM1000001d04140a>

**ANEXO V****MODELO INFORME**

Nombre de la empresa:

Dirección:

Subsector de actividad:

Persona de contacto y teléfono:

---

Nombre de la empresa que realiza el asesoramiento:

Persona de contacto y teléfono:

---

Nombre del técnico del ayuntamiento y teléfono:

---

RESUMEN Y CONCLUSIONES:

**2014**

# **FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO**



**ESCUELA DE FORMACIÓN  
E INNOVACIÓN**  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



**Servicio Regional de  
Empleo y Formación**

**RED DE AGENTES DE EMPLEO Y  
DESARROLLO LOCAL REGIÓN DE  
MURCIA**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. AMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS
4. ACTUACIONES Y PROTOCOLOS
5. HERRAMIENTAS
6. ORGANISMOS DE INTERÉS
7. WEBGRAFIA
8. ANEXOS

ANEXO I - MODELO DE CONVENIO CHEQUE EMPRENDEDOR

ANEXO II – PLIEGO DE CONDICIONES VIVEROS DE EMPRESAS

ANEXO III - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

## 1. INTRODUCCIÓN

El Diseño de estos protocolos de actuación, pretende establecer una medidas de impulso del emprendimiento, especificando la hoja de ruta de dichas actuaciones y poniendo a disposición de los agentes del fomento del emprendimiento herramientas para la consecución de los objetivos marcados por la Ley 5/2013, de 8 de julio, de apoyo a los emprendedores, que persigue: “ *el fomento del emprendimiento y la consolidación de la actividad empresarial en la Región de Murcia, habilitando los mecanismos y medidas legales y administrativas adecuadas para potenciar el espíritu emprendedor; estimular un marco favorable, coordinado y simplificado para los trámites de creación y consolidación empresarial; favorecer e impulsar la creación de empresas a través de un sistema adecuado de incentivos, apoyos y redes...*”

**Definición:** Proceso de identificar y desarrollar una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas, y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa.

## 2. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Su finalidad es fomentar el emprendimiento y la consolidación de la actividad empresarial.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Potenciar el espíritu emprendedor, la creatividad, la innovación y la figura del emprendedor y el empresario.

- b) Crear un marco favorable para la creación y consolidación de la pequeña y mediana empresa, a través de la reducción progresiva de cargas administrativas Y la simplificación de trámites.
  
- c) Instrumentar medidas de apoyo económico, fiscal y financiero que faciliten la puesta en marcha de las iniciativas emprendedoras, y la financiación y consolidación de las pequeñas y medianas empresas de la Región de Murcia

### 3. ÁMBITO DE ACTUACIÓN Y DESTINATARIOS

**Estas actuaciones se llevarán a cabo dentro del ámbito local y están destinadas a emprendedores o equipos de emprendedores** en las distintas etapas del proceso emprendedor:

- ✓ Con un emprendimiento iniciado y el deseo de innovar para crecer.
- ✓ Con un emprendimiento diseñado y que quieran ponerlo en marcha.
- ✓ Que han desarrollado una idea de negocio y desean diseñar el emprendimiento.
- ✓ Emprendedores sin una idea de negocio aún, pero que desean emprender y necesitan para ello las herramientas necesarias para lograrlo.

### 4. ACTUACIONES Y PROTOCOLOS

#### **Cheque Emprendedor**

Documento con el que los jóvenes emprendedores y empresarios que tengan una idea de autoempleo o de negocio viable, puedan disponer de asesoramiento jurídico, fiscal y laboral por parte de abogados, titulados mercantiles, empresariales, economistas y hasta ingenieros técnicos e industriales, de manera gratuita, durante los primeros meses de actividad.

- a) Reunión con Asesorías del municipio para consensuar el valor y las condiciones del “Cheque”.
- b) Propuesta Junta de Gobierno para la aprobación del convenio.
- c) Dar publicidad al acuerdo para captar los posibles interesados.

#### Ayudas Tax Free

Congelación, reducción o eliminación de tasas e impuestos para facilitar la puesta en marcha de las empresas.

- a) Preparar propuesta con una relación de tasas sobre las que se aplicarán reducciones o que se eliminarán totalmente, que se deberá aprobar en Pleno. En la misma propuesta se desarrollarán los requisitos que deberán cumplir los solicitantes.
- b) Dar publicidad de las tasas sobre las que se aplicarán descuentos, bonificaciones, las tasas que se eliminarán...
- c) Recepción de solicitudes cumplimentadas por las empresas.

#### Promover alojamiento empresarial / vivero de empresas

Espacio físico especialmente diseñado para acoger empresas de nueva creación y donde los emprendedores pueden disponer de unas nuevas instalaciones y servicios a unos precios más reducidos que los del mercado.

- a) Redactar documento que regulará la gestión del alojamiento de la empresa.
- b) Dar publicidad a los locales disponibles. Colaborar con otros organismos a la hora de dar publicidad.



- c) Publicar fecha para la organización del concurso por el que se llevará a cabo la adjudicación de los locales.
- d) Recepción de solicitudes.
- e) Realización del concurso-oposición.
- f) Baremación y adjudicación de locales.
- g) Gestión del alojamiento.

#### **Emprende-encuentros**

Encuentros periódicos de emprendedores y empresarios en la Agencia de Desarrollo Local, como instrumento al servicio de los ciudadanos, dedicado a alcanzar unos mejores niveles de crecimiento y de ocupación, para con ello mejorar el bienestar de la población.

Esta actuación se asentará sobre dos pilares: el formativo y el de relación o networking.

Formativo:

Información sobre recursos disponibles, marco y novedades legislativas, realidad del tejido productivo, nuevos yacimientos de empleo, habilidades de gestión, dirección de proyectos, nuevas tecnologías, posicionamiento en red, generación de nuevas necesidades y oportunidades de negocio, vías de financiación.

Networking:

Creación de sinergias, redes de contacto, ayuda mutua, acompañamiento, apadrinamiento, trabajo cooperativo, transferencia de conocimiento, resolución de problemas, identificación de debilidades y oportunidades de los sectores económicos, promoción y gestión de iniciativas de desarrollo económico.

- a) Difundir previamente la iniciativa en los medios locales transmitiendo la vocación de permanencia de dichos encuentros y la garantía de la participación de los organismos relacionados.
- b) Contactar con las entidades patrocinadoras y definir temas.
- c) Realizar una convocatoria o invitación abierta para asistir al encuentro.
- d) Realizar una encuesta de satisfacción y de petición de ideas para los siguientes encuentros.
- e) Creación de canales de comunicación físicos y virtuales, de carácter permanente para atender sus peticiones e inquietudes relacionadas con la promoción y desarrollo de la economía local. Agencia, página web, creación de una cuenta de correo exclusiva para los encuentros, creación de un foro.
- f) Se motivará a las empresas mediante una breve presentación de las mismas, donde podrán exponer quiénes son y los objetivos que tienen, así como los productos o servicios que venden, facilitando así las relaciones y la venta de su negocio.

## 5. HERRAMIENTAS

### **Cheque Emprendedor**

- Convenio colaboración con asesorías (ANEXO I).
- Base de datos.

### **Ayudas Tax Free**

- Documento en el que se refleje una relación tasa/ayuda que el emprendedor puede percibir, y los requisitos que debe cumplir el solicitante.

### **Promover alojamiento empresarial / vivero de empresas**

- Apartado en la página web del ayuntamiento del municipio en el que los posibles emprendedores puedan registrar sus solicitudes y consultar las características de los espacios disponibles y las condiciones que deben cumplir.
- Encuentra tu sitio (página web INFO).

- Pliego Condiciones / Bases (ANEXO II).
- Base de datos.

#### **Emprende-encuentros**

- Base de datos de entidades tractoras.
- Base de datos de recurso materiales disponibles.
- Cuestionarios de calidad / satisfacción (ANEXO III).
- Modelo de carta de petición de colaboración a las entidades tractoras.
- Modelo de invitación a los emprendedores.
- Base de datos de usuarios de la Agencia y de empresarios.
- Base de datos de canales de comunicación.

## **6. ORGANISMOS DE INTERÉS**

CROEM, FREMM, INFO, SEF, Cámaras de Comercio, Organizaciones Empresariales, Fundación Universidad Empresa, Entidades Financieras, Federaciones Empresariales.

## **7. WEBGRAFÍA**

<http://www.ipyme.org>

<http://www.minetur.gob.es/portalayudas/Paginas/index.aspx>

<http://www.todoemprende.es/es-ES/Paginas/home.aspx>

<http://www.transmisionempresas.es/Paginas/portada.aspx>

<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/crear-una-empresa-en-murcia>

[www.ajemurcia.com](http://www.ajemurcia.com)

[www.institutofomentomurcia.es](http://www.institutofomentomurcia.es)

[www.murciaempresa.com](http://www.murciaempresa.com)

[www.cceim.es](http://www.cceim.es)

[www.cceic.es](http://www.cceic.es)

# RESUMEN ACTUACIONES

ACTUACIONES	PROTOCOLOS	HERRAMIENTAS
<b>CHEQUE EMPRENDEDOR</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reunión con Asesorías del municipio para consensuar el valor y las condiciones del "Cheque".</li> <li>2. Propuesta Junta de Gobierno para la aprobación del convenio.</li> <li>3. Dar publicidad al acuerdo para captar los posibles interesados.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenio colaboración con asesorías.</li> <li>- Base de datos.</li> </ul>
<b>AYUDAS TAX FREE</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparar propuesta con una relación de tasas sobre las que se aplicarán reducciones o que se eliminarán totalmente, que se deberá aprobar en Pleno. En la misma propuesta se desarrollarán los requisitos que deberán cumplir los solicitantes.</li> <li>2. Dar publicidad de las tasas sobre las que se aplicarán descuentos, bonificaciones, las tasas que se eliminarán...</li> <li>3. Recepción de solicitudes cumplimentadas por las empresas.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento en el que se refleje una relación tasa/ayuda que el emprendedor puede percibir, y los requisitos que debe cumplir el solicitante.</li> </ul>
<b>PROMOVER ALOJAMIENTO EMPRESARIAL / VIVERO DE EMPRESAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redactar documento que regulará la gestión del alojamiento de la empresa.</li> <li>2. Dar publicidad a los locales disponibles. Colaborar con otros organismos a la hora de dar publicidad.</li> <li>3. Publicar fecha para la organización del concurso por el que se llevará a cabo la adjudicación de los locales.</li> <li>4. Recepción de solicitudes.</li> <li>5. Realización del concurso-oposición.</li> <li>6. Baremación y adjudicación de locales.</li> <li>7. Gestión del alojamiento.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apartado en la página web del ayuntamiento del municipio en el que los posibles emprendedores puedan registrar sus solicitudes y consultar las características de los espacios disponibles y las condiciones que deben cumplir.</li> <li>- Encuentra tu sitio (página web INFO)</li> <li>- Pliego Condiciones / Bases</li> <li>- Base de datos.</li> </ul>

ACTUACIONES	PROTOCOLOS	HERRAMIENTAS
<p><b>EMPRENDE-ENCUENTROS</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Difundir previamente la iniciativa en los medios locales transmitiendo la vocación de permanencia de dichos encuentros y la garantía de la participación de los organismos relacionados.</li> <li>2. Contactar con las entidades patrocinadoras y definir temas.</li> <li>3. Realizar una convocatoria o invitación abierta para asistir al encuentro.</li> <li>4. Realizar una encuesta de satisfacción y de petición de ideas para los siguientes encuentros.</li> <li>5. Creación de canales de comunicación físicos y virtuales, de carácter permanente para atender sus peticiones e inquietudes relacionadas con la promoción y desarrollo de la economía local. Agencia, página web, creación de una cuenta de correo exclusiva para los encuentros, creación de un foro.</li> <li>6. Se motivará a las empresas mediante una breve presentación de las mismas, donde podrán exponer quiénes son y los objetivos que tienen, así como los productos o servicios que venden, facilitando así las relaciones y la venta de su negocio.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos de entidades tractoras: (CROEM, FREMM, INFO, SEF, CAMARAS DE COMERCIO, ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, FUNDACION UNIVERSIDAD EMPRESA, ENTIDADES FINANCIERAS, FEDERACIONES EMPRESARIALES).</li> <li>- Base de datos de recurso materiales disponibles.</li> <li>- Cuestionarios de calidad / satisfacción.</li> <li>- Modelo de carta de petición de colaboración a las entidades tractoras.</li> <li>- Modelo de invitación a los emprendedores.</li> <li>- Base de datos de usuarios de la Agencia y de empresarios.</li> <li>- Base de datos de canales de comunicación.</li> </ul>

# ANEXOS

## ANEXO I – MODELO DE CONVENIO CHEQUE EMPRENDEDOR

a \_ de \_\_\_\_\_ de 2014

De una parte D. \_\_\_\_\_, mayor de edad, con D.N.I. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, con CIF \_\_\_\_\_, con domicilio \_\_\_\_\_, 1

De otro parte D \_\_\_\_\_ mayor de edad, con DNI \_\_\_\_\_, en nombre y representación de la Asesoría/gestoría \_\_\_\_\_ con CIF \_\_\_\_\_ con domicilio \_\_\_\_\_.

Ambas partes manifiestan capacidad bastante para conveniar y obligarse y en su virtud,

### MANIFIESTAN:

I.- El \_\_\_\_\_, está dispuesto a intensificar su colaboración con todo el tejido empresarial del municipio, especialmente mediante la implementación de medidas de ámbito local que contribuyan positivamente a la creación de nuevas empresas, la reducción o eliminación de trámites burocráticos mediante el impulso de la e-administración, la puesta en marcha de incentivos que favorezcan la creación de empresas y la consolidación de las existentes, así como todas aquellas que permitan singularizar al municipio como municipio que apuesta por el estímulo empresarial y el apoyo a emprendedores y empresarios murcianos.

II.- El presente Convenio pretende impulsar el desarrollo de iniciativas tendentes a estimular el desarrollo empresarial local, apoyar en la creación de condiciones de entorno propicias para fomentar la creación de empresas, facilitando y reduciendo trámites, y generando incentivos para la captación de inversiones y la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales generadores de empleo en el municipio.

III.- Las asesorías de \_\_\_\_\_, están interesadas como otros agentes socioeconómicos del municipio en fomentar el emprendimiento, promover la iniciativa empresarial y la creación de empleo en el municipio para la generación de riqueza y bienestar social y económico de sus convecinos.

En virtud de lo expuesto, conscientes de la importancia del asesoramiento a los emprendedores/as, la creación de empresa y la generación de riqueza en el municipio entienden que la colaboración puede resultar beneficiosa para ambas partes, ya que se cumple con los objetivos del Plan Municipal que recordemos en términos generales son:

- Activar la capacidad de generar empleo para ocupar a personas con especiales dificultades de inserción laboral.



- Facilitar la instalación de actividades económicas y empresariales en el territorio.
- Impulsar del Emprendedurismo y el autoempleo.
- Apoyar a la creación de empresas en nuestro municipio en su fase de inicio.

Por todo ello, dicha colaboración se llevará a efecto con arreglo a las siguientes:

### ESTIPULACIONES

#### PRIMERA.- Objeto

Es objeto del presente convenio el FACILITAR EL ACCESO AL EMPLEO POR CUENTA PROPIA DE LOS EMPRENDEDORES/AS que quieran implantarse en el municipio de . Se pretende con ello desarrollar las medidas y actividades, tendentes a la detección, promoción y asesoramiento de emprendedores/as, con el objetivo de canalizar las inquietudes empresariales hacia el autoempleo, así como aquellas que contribuyan al desarrollo económico del municipio.

Se trata de un programa dirigido a sufragar los primeros gastos de asesoramiento de los/as beneficiarios/as/ emprendedores/as según lo establecido en las siguientes estipulaciones, denominándose el Programa ”.

Las asesorías participantes en este programa prestarán el servicio gratuito a los emprendedores beneficiarios del Cheque Asesora, conforme a este convenio.

El convenio no tendrá coste alguno para el Ayuntamiento de .

#### SEGUNDA.- Compromisos de las partes.

I.- Compromisos del Ayuntamiento:

- f) Promover el desarrollo y aprobación de la normativa necesaria y la modificación de los trámites precisos para propiciar la simplificación y reducción de las cargas administrativas que afectan a los emprendedores y a las pequeñas y medianas empresas
- g) Promover con los medios con los que actualmente cuenta el Ayuntamiento, actuaciones encaminadas a poner en valor la contribución de los empresarios en la creación de riqueza y empleo en el municipio, valorizando el rol de empresario como generador de riqueza para la sociedad.

- h) Informar a las asesorías de los requisitos del programa y a derivarles emprendedores conforme a lo establecido en este convenio.
- i) Facilitar una orientación y asesoramiento básico a los emprendedores a través de los servicios de empleo y de desarrollo local.
- j) Difundir las actuaciones del programa cheque a través de la pagina web de y los medios de comunicación
- k) Informar anualmente a las asesorías de los resultados de este convenio.

## II.- Compromisos de las asesorías:

- d) Ofrecer asistencia a los emprendedores derivados desde el Ayuntamiento a través del “cheque emprendedor”
- e) Ofrecer asesoramiento fiscal, laboral, contable, durante 3 meses de forma gratuita a las empresas del municipio portadoras del cheque emprendedor conforme a los requisitos establecidos en este convenio.
- f) Enviar fichas de seguimiento al ayuntamiento de , de los emprendedores atendidos con el cheque .

## TERCERA.- El Cheque .

Consiste en un Cheque Simbólico valorado en 500 €, correspondiente a 3 meses de asesoramiento, que las asesorías adheridas al convenio prestarán a los emprendedores portadores del Cheque Asesora

El emprendedor/a podrá participar una sola vez en el Programa , El Ayuntamiento de garantizarán la exclusión de los beneficiarios que hayan participado ya en el mismo y hayan hecho valer su cheque ante cualquier entidad de asesoramiento participante en el mencionado “ ” .

Para establecer el orden de asignación del cheque a las distintas entidades de asesoramiento se llevará a cabo un sorteo en el que se seleccionará un número vinculado a alguna de las entidades adheridas las cuales comenzarán su acción.

El cheque no se materializará en ningún caso en metálico, sino que se sustanciará con la prestación de servicios de asesoramiento para el inicio de la actividad empresarial en nuestro municipio.

Los servicios de asesoramiento prestados a los tenedores del cheque se desarrollarán en una misma entidad de asesoramiento, pudiendose ser asesoramiento laboral, fiscal o contable, en virtud de las necesidades del emprendedor, no pudiendo hacer valer este cheque en otra entidad, aunque no haya consumido la totalidad de la cuantía del cheque servicio.

Los servicios de asesoramiento que el emprendedor/a recibirá por parte de la entidad de asesoramiento designada dependerá de los precios que se determinen en cada asesoría, asegurándole al emprendedor/a que al menos va a poder disfrutar de 500 € ( tres meses de asesoramiento). Agotado este crédito o los tres meses, finaliza los objetivos fijados por el Programa y el emprendedor/a deberá abonar los servicios demandados a la entidad de asesoramiento como cualquier cliente de la entidad.

El emprendedor/a no está obligado en ningún momento, una vez agotado el crédito recibido en forma de cheque o una vez finalizado el Programa, a continuar en esta entidad de asesoramiento designada en virtud del Programa "Cheque Asesora".

No pudiéndole reclamar esta entidad cuantía alguna por los servicios prestados inicialmente hasta la cantidad de 500€ consignada mediante cheque.

#### **CUARTA.- Condiciones de los beneficiarios. (EMPRENDEDOR)**

Podrán acogerse a los beneficios del presente convenio, emprendedores de empresas individuales (autónomos/as), micropymes y empresas de nueva creación que cumplan los siguientes,

#### **REQUISITOS**

- IV. Emprendedores/as, personas físicas usuarios del Punto PAE del Ayuntamiento de , que inicien una actividad empresarial o profesional, indistintamente de la forma jurídica elegida, siempre y cuando no hayan estado anteriormente de alta en el censo fiscal ejerciendo la misma actividad para la que solicita asesoramiento.
- V. La solicitud del cheque deberá ser previa al inicio de la actividad económica, disponiendo el emprendedor de un plazo de 30 días hábiles para iniciar la actividad desde la entrega del Cheque. Transcurrido dicho plazo el Cheque quedará sin efecto, no pudiendo el emprendedor relizar nueva petición.
- VI. Se entenderá la fecha de alta correspondiente en el Censo de Obligados Tributarios, con independencia de la fecha del contrato o escritura de

constitución en el caso de Comunidades de Bienes, Sociedades Civiles o Sociedades Mercantiles (SL, SLU, SA, SLL, SAL, SLNE).

- VII. En caso de sociedades unipersonales no podrán ser considerados emprendedores aquellos que ostenten la condición de socio único de otra empresa unipersonal.

- VIII. Los emprendedores beneficiarios del Cheque, no podrá volver a ser beneficiarios del mismo.
- IX. A los efectos de la presentes bases, se entenderá por emprendedora aquellas personas físicas que se encuentren en trámites previos para desarrollar una actividad económica bajo cualquier forma mercantil admitida a derecho y tenga su domicilio fiscal y su actividad en el municipio de .
- X. Por otro lado, se entiende como micropyme toda empresa que reúna los criterios establecidos en el Anexo I del Reglamento (CE) nº 70/2001 de la Comisión, de 12 de enero de 2001, relativo a la aplicación de los artículos 87 y 88 del Tratado CE a las ayudas estatales a las pequeñas y medianas empresas y modificado por el Reglamento (CE) nº 364/2004 de la Comisión, de 25 de febrero de 2004, que incorpora la Recomendación 2003/361/CE, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas. De acuerdo con ello, se entenderá por microempresa (micropyme) aquella que cumpla los efectivos y límites financieros siguientes:
- Que ocupe un efectivo de personal de menos de 10 personas.
  - Cuya facturación o activo no exceda de dos millones de euros.

#### **QUINTA.- Solicitud “CHEQUE “ para emprendedores.**

##### Solicitud de Participación en el Programa:

Los emprendedores interesados en participar en el Programa presentarán Solicitud de participación en el Registro General del . Se podrán recoger las solicitudes en la web municipal, y la Concejalía de Empleo, Formación y Desarrollo Local.

Una vez completado el formulario y acompañada la documentación requerida y previo informe favorable de los técnicos de la Concejalía, se le hará entrega de un cheque nominativo denominado “Cheque Asesora” que podrá ser canjeado en las asesorías que por turno se le designe.

##### Documentación a presentar:

- Solicitud ,“Cheque Asesora”
- D.N.I emprendedor
- Vida Laboral

#### **SEXTA.- Condiciones de Adhesión de las ASESORIAS**

Las entidades de asesoramiento de ambito local se comprometen mediante la adhesión al convenio regulador del Programa “ “ a prestar asesoramiento empresarial con diligencia a los/as emprendedores/as que porten físicamente “Cheque Asesora” y a justificar la atención o servicio realizado mediante el envío de la ficha de servicios realizados.

Podrán ser miembros adheridos al programa, cualquier asesoría laboral, fiscal o contable, ya sea persona física o entidad societaria, que se encuentre censada en el municipio de , preste servicios profesionales físicamente en el municipio con carácter permanente y pertenezcan a un colegio profesional.

#### **SEPTIMA.- Solicitud de adhesión de las ASESORIAS**

##### Solicitud de Adhesión:

La documentación a presentar por los miembros de la red son:

- Solicitud debidamente cumplimentada.
- Documento de Identificación del representante o apoderado miembro de la red.
- CIF de la entidad si se trata de una entidad societaria.
- Declaración censal.
- Certificación del Colegio Profesional de pertenencia.

#### **OCTAVA.- Vigencia del Programa . “ “**

El Programa“ “ tiene una vigencia de 12 meses, iniciándose el día de de 2014 .Los servicios de asesoramiento que no hayan sido agotados en esta fecha de finalización del programa se pueden prorrogar excepcionalmente hasta completar los tres meses de asesoramiento.

La posible prorrogación del Programa deberá ser tomada por decisión expresa y suscrita por cada uno de los miembros participantes adheridos en este primer convenio.

#### **NOVENA.- Extinción del Convenio.**

El convenio se extinguirá por vencimiento del plazo previsto en la estipulación tercera, por incumplimiento de las obligaciones de cualquiera de las partes previa denuncia realizada por escrito con una antelación mínima de un mes, o por decisión de cualquiera de las partes fundamentada en la existencia de causas que obstaculizan el cumplimiento del convenio previa valoración de los técnicos de la Concejalía.

El Ayuntamiento, podrá resolver el presente Convenio siempre que la actuación de los miembros participantes produzcan o generen perjuicios o daños graves a los intereses municipales, sin perjuicio de la exigencia de la responsabilidad que se haya podido producir o derivar.

**DECIMA.- Naturaleza del Convenio.**

El presente Convenio de Colaboración tiene carácter administrativo y se encuadra jurídicamente en el artículo 4.1-d) del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, estando, por tanto, excluido de su aplicación directa, si bien se aplicarán los principios de dicha Ley para resolver las dudas y lagunas que puedan surgir durante su vigencia.

En consecuencia las cuestiones litigiosas que se produzcan durante la vigencia del presente Convenio de Colaboración serán dirimidas por la jurisdicción contencioso-administrativa.

El Alcaldes/a-Presidente/a del Ayuntamiento

Los/las representantes de las entidades de asesoramiento.

**FDO.- EL ALCALDE PRESIDENTE**

**FDO.- LA ASESORIA**

## ANEXO II

### PLIEGO DE CONDICIONES QUE HAN DE REGIR DEL ARRENDAMIENTO DE LOCALES UBICADOS EN EL VIVERO DE EMPRESAS DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE \_\_\_\_\_.

#### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El **VIVERO DE EMPRESAS** nace con el objetivo primordial de fomentar y favorecer el desarrollo de la actividad económica en nuestro municipio, se concibe como un lugar de encuentro tanto para los empresarios como para emprendedores, de manera que puedan intercambiar experiencias y convertirse en el cauce de comunicación para la detección y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio de manera que se puedan realizar actividades dirigidas al fomento, la gestión y la ejecución de programas vinculados a la formación, promoción industrial, comercial y económica.

No obstante los emprendedores encuentran grandes dificultades para la puesta en marcha de su negocio, por lo que el Ayuntamiento de \_\_\_\_\_, a través de la Concejalía de \_\_\_\_\_, consciente de que el autoempleo se revela cada vez más como una opción válida de inserción laboral, así como un mecanismo eficaz para generar empleo y riqueza, quiere apoyar a este colectivo poniendo a su disposición un espacio adecuado para desarrollar su actividad desde el nacimiento de la idea o proyecto hasta su puesta en marcha y consolidación en el mercado, apostando especialmente por aquellos proyectos innovadores, incidiendo en las iniciativas de nuevos yacimientos de empleo en el entorno local.

### CONTENIDO DEL CONTRATO

#### 1º OBJETO

Es objeto del presente pliego de condiciones la regulación del acceso de iniciativas empresariales al Vivero de empresas gestionado por el ayuntamiento de \_\_\_\_\_ a través de la Concejalía de \_\_\_\_\_, con una doble vertiente relativa a la regulación del proceso de selección de los futuros emprendedores y empresas en funcionamiento y la consiguiente adjudicación en régimen de arrendamiento de un espacio en el Vivero de empresas.

El vivero cuenta con los siguientes locales:

- ❑ 1 local de 71 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 local de 69 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 local de 68 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 local de 67 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 local de 115 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 local de 274 m<sup>2</sup>
- ❑ 2 despachos de 11,40 m<sup>2</sup>
- ❑ 2 despachos de 11 m<sup>2</sup>
- ❑ 1 despacho de 18,40 m<sup>2</sup>

Igualmente se pone a disposición del futuro adjudicatario una serie de servicios tanto profesionales como materiales.

Los espacios y servicios comunes del Centro (sala de juntas, aula de formación, fax, fotocopidora, etc.) podrán ser utilizados por los adjudicatarios de los diferentes locales. A los citados efectos se establecerá los correspondientes precios por el uso de los mismos.

### **2º PRECIO DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO**

El precio de arrendamiento se fija, para los nuevos contratos o prorrogas celebrados a partir de la entrada en vigor del presente pliego en \_\_\_ €/m<sup>2</sup> para naves y \_\_\_ €/m<sup>2</sup> para oficinas, impuesto sobre el valor añadido excluido y por mes de arrendamiento del local. Dicho precio se actualizará anualmente con un aumento del 5% sobre el mismo.

No se incluyen en el precio los gastos por consumo de luz, agua, teléfono, internet, ni por la utilización de fax o fotocopidora que serán objeto de facturación independiente.

### **3º DURACIÓN DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO**

La estancia de las empresas en el centro no podrá superar el plazo total de 3 años.

El contrato de arrendamiento tendrá una duración anual y podrá ser prorrogado previa solicitud del interesado con una antelación mínima de 2 meses anterior al vencimiento del contrato inicial o , en su caso, de la prórroga del mismo por periodos anuales hasta un máximo de 3 años.



La prórroga que, en todo caso, deberá ser expresa, será solicitada por el interesado y figurará expresamente su diligencia en el contrato. El contrato se entenderá cumplido sin posibilidad de prórroga en caso de no presentarse la solicitud de la misma en el plazo establecido.

Transcurrido el plazo correspondiente, el empresario sin necesidad de requerimiento especial, procederá a desalojar el local, sin derecho indemnizatorio alguno a su favor.

Como supuesto excepcional, y previa petición motivada de las empresas instaladas podrá prorrogarse el arrendamiento de los módulos por encima del plazo establecido de 3 años por periodos de un año hasta un máximo de 5, siempre que se justifique la existencia de circunstancias de tipo empresarial que acrediten de manera motivada la importancia o trascendencia que tiene su ubicación en el Vivero de empresas para el mantenimiento de la empresa. Tal extremo será verificado por los servicios técnicos y administrativos de la Concejalía de \_\_\_\_\_ y la mesa de contratación, los cuales emitirán informe sobre la procedencia o no de la prórroga.

## **PROCESO DE SELECCIÓN**

### **4º REGIMEN JURÍDICO DEL CONTRATO**

El presente contrato tiene carácter administrativo especial y se registrará con carácter preferente por el presente pliego y en lo no previsto en el mismo, por la Ley 7/1985 Reguladora de las Bases de Régimen Local, RDL 781/1986 Texto Refundido de las disposiciones vigentes en materia de Régimen Local, RD 1372/1986 Reglamento de Bienes de las Corporaciones Locales, RDL 2/2000 Texto Refundido de la Ley de

Contratos de las Administraciones Públicas y con carácter supletorio las demás normas de carácter administrativo o privado que resulten aplicables.

### **5º PROYECTOS SUSCEPTIBLES DE ADJUDICACIÓN DE LOCAL**

Podrán solicitar la adjudicación de un espacio en el Vivero de Empresas, empresas en proyecto o empresas de reciente creación y empresas ya creadas y en funcionamiento.

Se entiende por empresas de reciente creación, aquellas en las que desde el inicio de la actividad (alta en el censo del impuesto de actividades económicas), a la fecha de presentación de la solicitud, no haya transcurrido un año.

Se entiende por empresas en proyecto, aquellas en las que a la fecha de presentación de la solicitud no estén legalmente constituidas. Debiendo estar constituidas legalmente con anterioridad a la firma del contrato de arrendamiento, en caso de adjudicación del local.

## **6º FORMA DE ADJUDICACIÓN**

La adjudicación del contrato se realizará mediante concurso, según lo dispuesto en el TRLCAP y Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

## **7º SOLICITUDES**

El emprendedor que estuviera interesado en la ubicación de su empresa en el Vivero, deberá presentar en Registro General del Ayuntamiento, en modelo formalizado dirigido al Ilmo. Sr. Alcalde-Presidente de la Corporación acompañado de la siguiente documentación:

1. Fotocopia compulsada del DNI de los promotores y en su caso del CIF de la empresa.
2. Copia compulsada de la escritura de constitución (solo empresas en funcionamiento).
3. Copia compulsada del alta en régimen especial de trabajadores autónomos y declaración censal de alta en el censo de obligaciones tributarias (solo empresas en funcionamiento).
4. Declaración jurada de no estar incurso en las causas de incompatibilidad e incapacidad para contratar con la administración.
5. Certificado de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de la seguridad social.
6. Memoria explicativa del Proyecto Empresarial.

## **8º CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

Al objeto de establecer una valoración objetiva de las solicitudes presentadas, la propuesta de adjudicación se realizará teniendo en cuenta los siguientes criterios y las puntuaciones que se indican:

- ❖ Innovación y originalidad del proyecto hasta 5 puntos.
- ❖ Forma jurídica de la empresa:
  - Empresas de economía social (Cooperativas o sociedades laborales) 2 puntos
  - Sociedad Limitada Nueva Empresa, 1 punto

- ❖ Empresas en proyecto, 3 puntos.
- ❖ Por puesto de trabajo efectivamente creados al constituir la empresa, 0,3 puntos por puesto creado.
- ❖ Empresas constituidas exclusivamente por mujeres, 1 punto
- ❖ Empresas promovidas por desempleados que hayan participado en alguno de los programas de fomento de empleo del Ayuntamiento de \_\_\_\_\_ (cursos, escuelas taller, talleres de empleo, etc.), 2 puntos
- ❖ Empresas promovidas o que contraten entre su personal discapacitados, 1 punto.
- ❖ Promotores del proyecto están empadronados en \_\_\_\_\_, 3 puntos

### 9º PLAZO PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

El plazo de presentación de solicitudes será de 20 días naturales contados a partir del día siguiente al del anuncio de la convocatoria, los anuncios de convocatorias serán expuestos en el tablón de edictos municipal, publicándose los locales vacantes para su adjudicación.

Si del examen de la documentación aportada se comprueba que no reúne los requisitos necesarios o que la misma no está completa, se requerirá al interesado para que, en un plazo de 10 días, contados a partir del día siguiente a la notificación, subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos.

Si no lo hiciera así se tendrá por desistido de su petición, archivándose sin más trámite.

### 10º MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa de contratación recibirá las solicitudes abiertas, evaluadas e informadas por los técnicos correspondientes, y formulará la propuesta de adjudicación al presidente.

La mesa de contratación estará constituida por ejemplo por los siguientes miembros:

Presidente: El Sr. Alcalde.

Vocales: Dos concejales del partido en el Gobierno.

El Sr. Interventor municipal.

El Secretario de la Corporación.

Un Agente de Desarrollo y Empleo Local.

Secretario: El funcionario adscrito a la Secretaría de la Corporación

### **11º REGLAS DE ADJUDICACIÓN**

Una vez seleccionados los proyectos con mayor puntuación, sus promotores podrán elegir los locales vacantes de mayor a menor puntuación.

### **12º NOTIFICACIÓN DE ADJUDICACIÓN Y GARANTIA DEFINITIVA**

La adjudicación definitiva, una vez acordada, será notificada a los solicitantes y publicada en el tablón de anuncios del Ayuntamiento y de la Agencia de desarrollo local de \_\_\_\_\_, para que en un plazo de 15 días, contados desde que se le notifique la adjudicación, constituya la garantía definitiva por importe de cuatro mensualidades de la renta de arrendamiento y podrá constituirse por cualquiera de los medios previstos en el art. 36 TRLCAP, quedando subsumida en la misma la garantía prevista en el art. 92 del Real Decreto 1372/1986 de 13 de junio, atendido el carácter social de fomento del presente arrendamiento de instalaciones.

### **13º FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO**

El contrato se formalizará en documento administrativo dentro de los 30 días siguientes al de la notificación de la adjudicación. No obstante podrá elevarse a escritura pública cuando lo solicite el contratista siendo a su costa los gastos derivados de su otorgamiento.

### **14º LISTA DE ESPERA**

Aquellas solicitudes de beneficiarios que aún siendo viables no resulten elegidas en el baremo, y los que no han podido acceder al local por estar ocupado, integrarán la lista de espera a la que se recurrirá para cubrir posibles vacantes.

La validez de las solicitudes será hasta que se convoque un nuevo concurso, transcurrido el cual deberá reactivarse el proceso mediante nueva solicitud.

## 15º OBLIGACIONES DEL ARRENDATARIO

Serán obligaciones del arrendatario las siguientes:

- Para emprendedores: deberán acreditar previamente a la formalización del contrato, mediante copia de escritura de constitución para el caso de sociedades o copia del alta en régimen especial de trabajadores autónomos y declaración censal de alta en el censo de obligaciones tributarias para autónomos, su constitución como empresa.
- Los arrendatarios deberán presentar en el plazo de 15 días hábiles desde la formalización del contrato las solicitudes de permisos, licencias, autorizaciones, etc. que sean de aplicación para desarrollar la actividad empresarial que se ubicará en el local adjudicado, siendo de su cargo todos los tributos y demás gastos que se deriven del primer establecimiento del negocio y del ejercicio de la actividad.
- A iniciar la actividad en el plazo máximo de 3 meses, desde la fecha de otorgamiento del contrato.
- Al desarrollo de la actividad para la que le fue concedido el local, si se incumpliese esta finalidad el contrato de arrendamiento quedaría resuelto con pérdida de la garantía.
- A realizar a su cargo las obras de acondicionamiento del local, previa autorización del Ayuntamiento de \_\_\_\_\_. En ningún caso se pueden realizar obras que modifiquen la estructura del local. A la finalización del arrendamiento las obras realizadas quedaran en beneficio del Vivero sin derecho a reclamación alguna o indemnización de cualquier clase por parte del arrendatario, no obstante lo anterior se podrá exigir al arrendatario que proceda, a su costa, a la retirada de todas o alguna de las mismas.
- A devolver el local en idénticas condiciones a aquellas en que recibió el mismo, salvo lo dispuesto en el apartado anterior. La garantía quedará adscrita al cumplimiento de dicha obligación.
- A efectuar a su cargo, las reparaciones que sean necesarias para mantener el buen estado de conservación y limpieza del local.
- El arrendatario se compromete a cumplir cuantas disposiciones legales existan en cada momento sobre seguros sociales, licencias y autorizaciones que fueran precisas, cumplimiento de las normas laborales y sobre seguridad e higiene en el trabajo, y en general a prestar el servicio con arreglo a los usos y costumbres de la localidad.
- Abonar a su costa los gastos derivados de usos, consumos y suministros propios.
- Suscribir, al otorgamiento del contrato, una póliza de seguro que cubra a todo riesgo, las instalaciones que comprenda el establecimiento, incluidos los daños por incendio y de responsabilidad civil frente a terceros, que deberá tener vigencia durante el periodo contractual. Anualmente el arrendatario estará obligado a presentar al Ayuntamiento, copia de la póliza así como copia de pago del recibo de la misma.
- Consentir las visitas de inspección que ordene el Ayuntamiento de \_\_\_\_\_ en cualquier momento y en el lugar objeto del contrato, a fin de comprobar el uso que se haga del mismo y su estado de conservación.

Se prohíbe al arrendatario bajo sanción de resolución contractual:

- Subrogar, arrendar o subarrendar, tanto total como parcialmente, traspasar los servicios y/o local, así como constituir a favor de terceros cualquier tipo de derecho de uso o utilización.
- La inactividad del negocio durante 3 meses o la no utilización del local por el mismo tiempo, salvo que el Ayuntamiento, atendiendo a la causa que provocare dicha inactividad, decidiera mantener los efectos del contrato por el tiempo que estime pertinente.
- Cualquier infracción de carácter grave que pongan en peligro las instalaciones del Vivero de Empresas.
- El impago del importe correspondiente a dos mensualidades consecutivas de arrendamiento del local.

## SOLICITUD DE LOCAL EN VIVERO DE EMPRESAS DE \_\_\_\_\_

D/D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, con N.I.F. \_\_\_\_\_, en nombre propio (o en representación de \_\_\_\_\_ lo que acredita con poder declarado bastante), con domicilio en calle \_\_\_\_\_ nº \_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_, municipio \_\_\_\_\_, Teléfono \_\_\_\_\_ y correo electrónico \_\_\_\_\_,

### SOLICITA

Sea admitido en el concurso para la adjudicación del arrendamiento de un local ubicado en el Vivero de Empresas de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>, aceptando los requisitos y condiciones establecidos en el pliego de condiciones.

En \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_

Fdo.: \_\_\_\_\_

A/A ILMO SR. ALCALDE-PRESIDENTE DEL AYUNTAMIENTO DE \_\_\_\_\_

**MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE RELATIVA A NO ESTAR INCURSOS EN PROHIBICIONES E INCOMPATIBILIDADES PARA CONTRATAR CON LA ADMINISTRACIÓN, DE ESTAR AL CORRIENTE EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y CON LA SEGURIDAD SOCIAL Y DE QUE NO EXISTEN DEUDAS DE NATURALEZA TRIBUTARIA CON EL AYUNTAMIENTO DE \_\_\_\_\_**

D./Dña. \_\_\_\_\_, en nombre y representación de la Sociedad  
\_\_\_\_\_, con C.I.F. \_\_\_\_\_

**DECLARA:**

Que la empresa a la que representa, sus administradores y representantes, así como el firmante, no están incursos en ninguna de las prohibiciones e Incompatibilidades para contratar señaladas en el artículo 49 de la Ley de Contratos del Sector Público, Ley 30/2007, de 30 de octubre, en los términos y condiciones previstos en el mismo.

Asimismo, declara que la citada empresa se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, así como no tener deudas de naturaleza tributaria con el Ayuntamiento de \_\_\_\_\_.

**Fecha y firma del licitador.**

## ANEXO III - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

### Datos de Identificación

### Actividad Profesional

VALORACIÓN DEL ENCUENTRO	MUY BIEN	BIEN	ACEPTABLE	REGULAR	MAL	MUY MAL
¿Cómo valoras globalmente el encuentro?						
¿Cómo valoras la atención ofrecida por la organización?						
Los contenidos del encuentro						
La metodología utilizada por la organización						
La duración y horario						
Condiciones ambientales						
El clima general						

¿Qué es lo que más te ha gustado?

¿Qué es lo que menos te ha gustado?

¿En qué podemos mejorar? (aporta tus sugerencias, observaciones, comentarios).

**GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN**





# **Servicio Regional de Empleo y Formación**