

EMPRENDEDORES

CREACIÓN DE EMPRESAS. EL PLAN DE NEGOCIO

1. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: EL EMPRENDEDOR, LA OPORTUNIDAD Y EL PLAN DE NEGOCIO

1.1. El emprendedor y la cultura emprendedora

1.1.1. Concepto de Emprendedor

1.1.2. La empresa en sus inicios: Tipos de empresas según su nivel de crecimiento 1.1.3. Factores que propician el éxito de un proyecto empresarial

1.2. Oportunidades de negocios 1.2.1. Introducción

1.2.2. Cómo se descubren las oportunidades de negocios 1.3. Concepto de Plan de Negocio

1.3.1. Introducción

1.3.2. ¿Por qué es necesario elaborar un Plan de Negocio para la creación de una nueva empresa?

1.3.3. ¿Puede elaborar un Plan de Negocio una empresa que ya está en funcionamiento? 1.3.4. ¿Cuál es la finalidad de la elaboración de un Plan de Negocio?

1.3.5. ¿Quién debe o puede elaborar este documento?

1.3.6. ¿Cómo comenzar la elaboración del Plan de Negocio y cuál es la forma más práctica o rápida para realizarlo?

1.3.7. ¿Cuáles son los puntos clave del Plan de Negocio?

1.3.8. ¿Cómo presentar el proyecto?

1.4. Estructura del Plan de Negocio y fases para su elaboración 1.4.1. Definición

1.4.2. Formato del Plan de Negocio

1.4.3. Índice del Plan de Negocio y fases para su elaboración Ideas Clave

2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO EMPRESARIAL

2.1. Proyecto empresarial, actividad: producto o servicio, y presentación de los emprendedores 2.1.1. Presentación de los emprendedores

2.1.2. Proyecto Empresarial

2.1.3. Actividad de la empresa: Producto o servicio

2.2. Primera aproximación a las inversiones mínimas y a la financiación del proyecto Ideas Clave

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA EMPRESA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis del entorno 3.1.1. Introducción

3.1.2. Entorno General

3.1.3. Sector

3.2. Análisis de fuerzas y debilidades: DAFO

3.3. Investigación de mercado y de la Competencia

3.3.1. La Competencia

3.3.2. El Mercado Ideas Clave

4. PLAN DE MARKETING

4.1. El Plan de Marketing. Estructura 4.2. Marketing Mix: política de producto

-

1

4.2.1. Conceptos previos

4.2.2. Definición de la cartera de productos

4.2.3. Características y diferenciación del producto 4.2.4. Posicionamiento del producto

4.3. Marketing Mix: política de precios 4.3.1. Introducción

4.3.2. Estrategias de precio en función de la competencia 4.3.3. Estrategias de precio de tipo psicológico

4.3.4. Estrategias de precio en función de la demanda 4.3.5. Estrategias de precio para una cartera de productos

4.4. Marketing Mix: promoción, ventas y comunicación 4.4.1. Promociones

4.4.2. Ventas directas

4.4.3. Comunicación y publicidad 4.5. Marketing Mix: distribución

4.5.1. Introducción

4.5.2. Criterios para seleccionar un canal de distribución Ideas Clave

5. PLAN DE INVERSIONES

5.1. Introducción

5.2. Plan de Inversiones

5.2.1. Ubicación de la Empresa

5.2.2. La elección de la tecnología del proceso de producción 5.2.3. Elaboración del Plan de Inversiones

Ideas Clave

6. PLAN DE OPERACIONES

6.1. Elementos del Plan de Operaciones

6.2. El presupuesto de ventas y los ingresos por áreas de negocio

6.2.1. El presupuesto de ventas

6.2.2. Ingresos por áreas de negocios, costes variables y costes fijos 6.3. El presupuesto de producción

6.3.1. Elección del proceso de producción o prestación del servicio 6.3.2. Elección del equipo

6.3.3. Diseño del proceso de compras y gestión de stock

6.3.4. Formato del presupuesto de producción

6.4. Presupuesto de compras

6.4.1. Previsión de Consumo

6.4.2. Cómo calcular la cantidad de materias primas a adquirir, sin incurrir en ruptura de stock

6.4.3. Formato del presupuesto de aprovisionamientos

6.4.4. Datos a incluir en relación a compras y gestión de stock en el Plan de Negocio

6.5. Otros presupuestos Ideas Clave

7. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

7.1. Recursos humanos, organigrama 7.1.1. Introducción

7.1.2. Elaboración del organigrama de la empresa 7.2. Selección de personal, fuentes de reclutamiento

7.3. Formas de contratación

7.4. Previsiones de crecimiento de la plantilla

2

Ideas Clave

8. PLAN FINANCIERO

8.1. Elección de fuentes de financiación 8.1.1. Introducción

8.1.2. Criterios utilizados a la hora de elegir una fuente de financiación 8.2. Fuentes de financiación de capital

8.2.1. Introducción

8.2.2. Clasificación de fuentes de financiación de capital 8.3. Financiación del circulante

8.3.1. Introducción

8.3.2. Préstamo y Crédito 8.3.3. Descuento

8.3.4. Factoring

8.3.5. Renting

8.3.6. Leasing

8.3.7. Avales

8.4. Plan Financiero Ideas Clave

9. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

9.1. Introducción al Plan Económico Financiero

9.1.1. ¿En qué consiste el Plan Económico-Financiero?

9.1.2. ¿Qué son los estados contables previsionales?

9.1.3. ¿Cómo se elaboran los estados contables previsionales?

9.2. Previsión de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Presupuesto de Tesorería 9.2.1. Previsión de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias

9.2.2. Presupuesto de Tesorería

9.3. Previsión de balances

9.3.1. Ejemplo de cálculo del Balance previsional de la futura empresa

9.4. Rentabilidad del proyecto 9.4.1. Introducción

9.4.2. Análisis del punto muerto o Umbral de Rentabilidad 9.4.3. Rentabilidad Financiera y Rentabilidad Económica

9.4.4. Apalancamiento Operativo y Apalancamiento Financiero 9.4.5. Fondo de Maniobra

Ideas Clave

10. PLAN JURÍDICO MERCANTIL

10.1. Elección de la forma jurídica

10.1.1. ¿Empresario Individual-Autónomo (persona física), o Sociedad (persona jurídica)? 10.1.2. Clasificación de las formas jurídicas de una empresa

10.1.3. Tipos de Sociedades y fiscalidad: Introducción

10.1.4. Asesoramiento sobre la forma jurídica de la nueva empresa

10.2. Trámites administrativos

10.2.1 Trámites para la constitución y puesta en marcha de la empresa 10.2.2. Trámites en las entidades locales y otros organismos

10.2.3. Cómo simplificar todos estos trámites

10.3. Denominación social, nombre comercial, patentes, marcas y licencias 10.3.1. Denominación Social, Nombre Comercial

10.3.2. Marcas Comerciales y dominios

10.4. Seguros

10.5. Medidas de seguridad e higiene (prevención de riesgos laborales) 10.6. Protección de datos personales

Ideas Clave

3

11. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

11.1. El Resumen ejecutivo

11.2. Preparación de la presentación

11.3. Organismos públicos: Incubadoras y parques tecnológicos

11.4. Organismos privados: El Capital Riesgo y los inversores privados Business Angels

11.4.1. Sociedades Capital Riesgo

11.4.2. Inversores privados: Business Angels 11.5. Presentación del proyecto y entidades bancarias

11.5.1. Introducción

11.5.2. Factores clave para obtener financiación

11.5.3. Documentación exigida por las entidades bancarias

11.5.4. Como contrastan la información presentada las entidades financieras 11.5.5. Negociación con entidades bancarias

Ideas Clave

INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN

1. Introducción 1.1. Introducción

1.2. El presupuesto de tesorería

1.3. Datos relevantes de la cuenta de pérdidas y ganancias y del balance

1.3.1. Preparación de los datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias 1.3.2. Información obtenida de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias

1.3.3. Determinación del Punto de equilibrio

1.3.4. Información obtenida del Balance

1.3.5. Principales indicadores en la gestión económica y financiera

1.4. Obtener información financiera del sector para el diagnóstico financiero comparativo

2. Financiación a Corto y a Largo Plazo 2.1. Financiación a corto plazo

- 2.1.1. Préstamo y crédito
- 2.1.2. Descuento
- 2.1.3. Factoring
- 2.1.4. Renting

- 2.1.5. Leasing
- 2.1.6. Confirming
- 2.1.7. Aval
- 2.1.8. Forward, Futuros financieros. Mercados de productos derivados en España. Opciones

Financieras, Swap

2.2. Financiación a Largo Plazo

- 2.2.1. Hipoteca
- 2.2.2. Pagaré de empresa o financiero

3. Financiación de operaciones con el exterior

- 3.1. Riesgos en las operaciones de comercio exterior
- 3.2. Instrumentos de financiación de operaciones de comercio exterior. Medios de pago.

- 3.2.1. Transferencia internacional
- 3.2.2. Remesa documentaria y remesa simple
- 3.2.3. Crédito documentario
- 3.2.4. Carta de crédito comercial
- 3.2.5. Carta de crédito contingente o stand-by

3.3. Tipo de operación e instrumento de financiación o de pago utilizado

3.4. Financiación Internacional

- 3.4.1. Financiación del comercio exterior realizada por organismos privados

4

- 3.4.2. Financiación del comercio exterior realizada por organismos públicos

4. Financiación del Patrimonio Neto

- 4.1. Financiación del capital
- 4.2. Ayudas y subvenciones del sector público
- 4.3. Sociedades de garantía recíproca (SGR's) y la compañía española de reafianzamiento (CERSA)
- 4.4. Préstamo participativo
- 4.5. Sociedades capital riesgo
- 4.6. Business Angels
- 4.7. Mercado alternativo bursátil

5. Otras vías de financiación

5.1. Proveedores

- 5.2. Banca ética y microcréditos
- 5.3. Préstamos entre particulares
- 5.4. Trueque empresarial

FRANQUICIAS

1. INTRODUCCIÓN

- 1. 1.1. Antecedentes de las franquicias
- 2. 1.2. Definición de franquicia

- 1.2.1. Definición
- 1.2.2. Proceso para establecer la relación de franquicia
- 1.2.3. Ventajas e inconvenientes de las franquicias

3. 1.3. La franquicia y las nuevas tendencias comerciales

1.3.1. Tipos de franquicias

- 1.3.1.1. Según el sector de actividad
- 1.3.1.2. Según el grado y el nivel de integración de la red
- 1.3.1.3. Formas específicas de franquicias

- 4. 1.4. Las franquicias en cifras 1.4.1. Anivelmundial
1.4.2. Aniveleuropeo
1.4.3. IberoaméricayEspaña

2. EL SISTEMA DE FRANQUICIA

- 2.1. Elementos básicos en el acuerdo de franquicia 2.1.1. La cesión del uso de la marca
2.1.2. La transmisión del Know how o saber hacer

- 2.2. Condiciones financieras en el contrato de franquicia 2.2.1. El derecho de entrada o canon de entrada
2.2.2. Royalties definición y tipos
2.2.3. Descripción de los conceptos de cobro de royalties

- 2.2.3.1. Royalties de explotación 2.2.3.2. Royalties sobre compras 2.2.3.3. Royalties de Publicidad 2.2.3.4. Royalties administrativos 2.2.3.5. Royalty de gestión y dirección

- 2.3. Prestaciones del franquiciador 2.3.1. Apoyo permanente 2.3.2. Formación
2.3.3. Publicidad

- 2.3.4. Aprovisionamientos 2.3.5. Servicios informáticos 2.3.6. Control de gestión

5

3. PASOS PREVIOS: LA AUTOEVALUACIÓN DEL FRANQUICIADO

- 1. 3.1. La autoevaluación del franquiciado
3.1.1. Aspectospersonales
3.1.2. Aspectoseconómicosyfinancieros 3.1.3. Aspectoslaboralesyprofesionales 3.1.4. Objetivosdelfranquiciado
3.1.5. Cuestionario de autoevaluación
- 2. 3.2. Cómo selecciona y evalúa la franquicia a los potenciales franquiciados
- 4. LA ELECCIÓN DE LA FRANQUICIA

- 4.1. La selección de la franquicia. Aspectos a tener en cuenta 4.2. Documentación inicial sobre la franquicia
4.3. El análisis del sector
4.4. Estudio de las diferentes franquicias en el sector

- 4.5. Cálculo de la inversión inicial
4.5.1. El Plazo de recuperación y la rentabilidad de la inversión

- 4.6. Las previsiones de ventas
4.7. Previsión de la cuenta de explotación y los estados contables

- 4.7.1. Previsión de la cuenta de explotación 4.7.2. Previsión de los estados contables 4.7.3. Las licencias

- 4.8. El precontrato
4.8.1. Obligaciones del franquiciado 4.8.2. Obligaciones del franquiciador

5. CONTRATACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO

- 5.1. Contratación
5.1.1. Examen del contrato

- 5.2. Dificultades derivadas de una deficiente elaboración del contrato 5.3. Plan de asistencia para la puesta en marcha del negocio

- 5.4. Plan de asistencia continuada
5.5. Plan de Negocios de la franquicia

- 5.5.1. Resumen ejecutivo
5.5.2. Descripción de la actividad
5.5.3. Estudio de mercado

5.5.4. Plan comercial y de marketing

5.5.5. Ubicación

5.5.6. Plan de Inversiones y de financiación 5.5.7. Plan de producción

5.5.8. Plan de Compras y gestión de stock 5.5.9. Plan de Recursos humanos

5.5.10. Plan Económico y Financiero

6. LA DOCUMENTACIÓN EN EL SISTEMA DE FRANQUICIA

6.1. Introducción

6.2. Dossier informativo 6.3. Manuales de imagen 6.4. Manuales operativos

7. FORMACIÓN: LA TRANSMISIÓN DEL KNOW-HOW

7.1. Definición del Know-How o saber hacer 7.2. Formación inicial

7.3. Formación permanente

7.3.1. Seminarios periódicos

7.3.2. Convenciones de franquiciados 7.3.3. Seminarios de formación y reciclaje 7.3.4. Información en la red

7.3.5. Servicios de asistencia

6

8. FACTORES DE ÉXITO EN EL NEGOCIO DE FRANQUICIAS

8.1. Factores de éxito para el franquiciador y la red de establecimientos franquiciados 8.1.1. Control de gestión en la franquicia

8.1.2. Factores que favorecen el control de gestión de la red de franquicia

8.1.3. Factores que inducen al fracaso de la red de franquicia

8.2. Factores de éxito para el establecimiento franquiciado