

ÍNDICE

TEMA I. LA EMPRESA. EL MERCADO. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA. LOCALIZACIÓN. LA CULTURA EMPRESARIAL. LA CADENA DEL VALOR

1. CONCEPTO DE EMPRESA. LA IDEA INICIAL	9
1.1. Satisfacer necesidades	11
1.2. Factor diferenciador	12
1.3. El espíritu emprendedor y la idea de negocio	12
2. EL MERCADO	15
3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	16
5. EL ENTORNO.....	18
6. LOCALIZACIÓN.....	21
7. LA CULTURA EMPRESARIAL. LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA....	25
8. LA CADENA DE VALOR Y LA INNOVACIÓN.....	26

TEMA II. FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA

1. TRASCENDENCIA DE LA ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	31
1.1. Responsabilidad de los socios frente a las deudas sociales.....	31
1.2. Aspectos fiscales.....	31
1.3. Requisitos de constitución.....	31
1.4. Número de socios	31
1.5. Capital social	32
1.6. Subvenciones, ventajas fiscales, reducciones en el pago de impuestos, etc.	33
1.7. Tipo de actividad a desarrollar, responsabilidades frente a la Administración, clientes, proveedores, trabajadores, bancos, etc.	33
2. CLASES DE EMPRESAS.....	33
2.1. Según la naturaleza de sus productos	33
2.2. Según su dimensión.....	34
2.3. Según la propiedad de su capital (titularidad empresarial)	34
2.4. Según su forma o personalidad jurídica	34
2.5. Según su ámbito de actuación	35
3. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU PERSONALIDAD JURÍDICA.....	36
4. PLAN JURÍDICO FORMAL. ¿QUÉ TRÁMITES SON NECESARIOS?.....	48
4.1. Trámites mercantiles, relativos a la adopción de la personalidad jurídica	48
4.2. Trámites generales de puesta en marcha	50

ÍNDICE

TEMA III. MARKETING. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX. LOS CLIENTES. LA FRANQUICIA

1. EL ESTUDIO DEL MERCADO	53
2. EL PRODUCTO	56
2.1. Tipos de productos	57
2.2. Atributos del producto.....	58
2.3. Ciclo de vida del producto	59
3. EL PRECIO.....	61
4. DISTRIBUCIÓN	64
4.1. Los canales de distribución	65
4.2. La logística de la distribución	65
4.3. Métodos de venta	66
5. CANALES DE COMUNICACIÓN	67
5.1. La promoción	67
5.2. La publicidad.....	67
5.3. El merchandising.....	71
5.4. La venta personal	72
6. LOS CLIENTES	73
6.1. Aspectos que debo conocer de mis clientes	73
6.2. Factores que influyen en nuestros clientes.....	74
6.3. La atención al cliente	74
7. LA FRANQUICIA.....	76
7.1. ¿Qué es la franquicia?	76
7.2. El Know How.....	77
7.3. Ventajas e inconvenientes de la franquicia.....	78

TEMA IV. PLAN DE PRODUCCIÓN Y APROVISIONAMIENTO

1. VENTAS PREVISTAS	82
2. INVERSIONES Y GASTOS	83
3. LOS CICLOS EMPRESARIALES	83
4. LA GESTIÓN DEL ALMACÉN. VOLUMEN ÓPTIMO DE PEDIDO.....	84
5. LAS EXISTENCIAS	91
5.1. La ficha de almacén.....	92
5.2. Métodos de valoración de existencias.....	92
7. CÁLCULO DE COSTES	94
8. EL PUNTO MUERTO O UMBRAL DE RENTABILIDAD	95

ÍNDICE

TEMA V. FISCALIDAD Y FINANCIACIÓN

1. ¿POR QUÉ PAGAMOS IMPUESTOS?.....	98
2. ELEMENTOS DE LOS IMPUESTOS.....	99
3. IMPUESTOS MUNICIPALES.....	100
4. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES.....	100
5. IRPF.....	101
6. IVA.....	101
7. ¿DE DÓNDE SACAMOS EL DINERO?.....	104
8. FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	105
8.1. Fuentes de financiación “propias”.....	105
8.2. Fuentes de financiación “ajenas”.....	108
9. AYUDAS Y SUBVENCIONES.....	114

TEMA VI. NOCIONES DE CONTABILIDAD

1. LA CONTABILIDAD. CUENTAS OBLIGATORIAS.....	117
2. LA MECÁNICA CONTABLE.....	126
3. EL PRESUPUESTO DE TESORERÍA.....	127

EJERCICIOS PARA PRACTICAR.....	133
---------------------------------------	------------

PROPUESTA DE TRABAJO: ANALIZAR LOS DISTINTOS TIPOS DE COMPETENCIA VISTOS AYUDÁNDONOS DE LAS FIESTAS DE SORIA..	141
---	------------

PROPUESTA DE TRABAJO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. INCLUYE PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	143
---	------------