

# **CURSO DE PUESTA EN MARCHA DE EMPRESAS PARA EMPRENDEDORES SOCIALES**

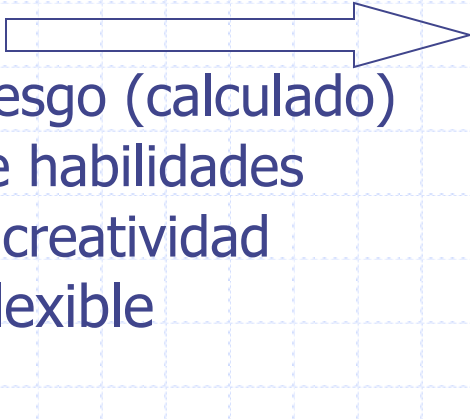
**Madrid, noviembre-diciembre 2007**

*©Está prohibida la reproducción total o parcial de esta presentación PPT, así como su difusión fuera de la Fundación, sin la autorización expresa del Equipo Acrescere. La misma podrá obtenerse enviando un email a [acrescere@acrescere.es](mailto:acrescere@acrescere.es) indicando el uso que se pretende con la misma.*

# Programa del curso

1. Emprendedores. Idea de actividad. Empresa. Microempresa social
2. Objeto de la empresa. Análisis de mercado
3. Plan Comercial y fijación de los precios
4. Las necesidades para el funcionamiento de la empresa. Tipos de gastos
5. Los aspectos económicos: Inversión necesaria, ingresos y gastos
6. Cálculo de viabilidad de la empresa. Presupuestos
7. El plan de empresa y la financiación
8. Puesta en marcha. Aspectos formales

# 1. ANALISIS DEL EMPRENDEDOR

- Motivación 
  - Asunción riesgo (calculado)
  - Posesión de habilidades
  - Iniciativa y creatividad
  - Realista y flexible
  - Integro
  - Capacidad de aprendizaje
  - Autoconfianza y perseverancia
  - Orientación al mercado: hay que VENDER
  
  - Deseo de lograr objetivos
  - Capacidad de relación humana-comercial
  - Adecuada combinación acción/reflexión
  - Capacidad organizativa
  - Visión global
- Deseo de ser su jefe
  - Como un reto
  - Proyecto familiar
  - Iniciativa asociativa/comunit

**TEST**

# 1. IDEA DE "POSIBLE" EMPRESA

- o Cual es la idea que tiene el emprendedor y que podría, a lo mejor, ser el objeto de una empresa.
- o Idea basada en :
  - Habilidad o experiencia propia
  - Conocimiento de un sector
  - Descubrimiento de un nicho o necesidad sin cubrir
  - Capacidad de organizar las habilidades o conocimientos de otros
  - Intuición
  - Actividad dentro de un plan de desarrollo local

No toda idea es susceptible de convertirse en empresa (que los ingresos que se puedan llegar a generar sean superiores a los gastos que se necesitan para la actividad).

Ejemplo: Alfredo y su idea de empresa limpiacristales

# 1. ¿QUÉ ES UNA EMPRESA?

No es sólo trabajo

Unidad de Gestión ...Ventas – coste de los medios = Beneficio

Suma de muchas cosas

Adquisición, producción, venta,  
financiación, organización recursos,  
planificación, registro-información,  
tesorería, relaciones humanas

Proceso  Dinero+Trabajo → Producir → Vender

**Gastos(actividad + inversión)** - inferiores a los - **Ingresos**

## Inversión/Financiación

- ❖ Primero invertir luego recoger (riesgo)
- ❖ La clave es vender y cobrar la producción, y los cobros lleguen a tiempo y en cantidad para pagar los gastos y devolver lo prestado
- ❖ Financiación inversiones: fondos propios, préstamos(bancos, amigos), bonos solidarios, subvenciones a fondo perdido,...
- ❖ Financiación funcionamiento: ingresos, subvenciones

# 1. MICROEMPRESAS SOCIALES

Son aquellas empresas promovidas por un grupo social o personas con dificultades o carencias , o que se encuentran en entornos económicos deprimidos y que requieren, todos ellos, apoyo y acompañamiento experto dados sus mayores déficits formativos y dificultades de acceso a la financiación.

## Claves de viabilidad

1. Intentar que el emprendedor tenga el “mejor perfil posible” y conozca sus puntos débiles
2. Contextualizado en un tejido social. Arropado
3. Existencia de acompañamiento, asesoramiento
4. Buen plan de empresa (que filtre y evite frustraciones)
5. Formación inicial y posterior
6. Preocupación por lo económico en la vida de la empresa
  - Mejorar las ventas
  - Control de la tesorería

## 2. OBJETIVO DE LA EMPRESA

Pensar y Consultar sí a partir de la idea de actividad , ésta se puede convertir, en una primera impresión, en una actividad lucrativa.

Si aparentemente fuera así, cuales son los datos esenciales previos que configuran esta hipotética empresa:

- ✓ A que se va a dedicar en concreto: objeto detallado
- ✓ Que tipo de productos o servicios va a ofrecer
- ✓ Donde se ubicaría
- ✓ Que tamaño aproximado tendría la empresa
- ✓ Con que tipo y cantidad de recursos contamos (humanos, económicos, experiencia, contactos, ...)

A partir de todo lo anterior podemos ya concretar cual es el objeto de la actividad de la empresa y poder hacer el análisis de su mercado.

## **2) ANÁLISIS DEL MERCADO**

Se analiza si es razonable estimar una posición de la microempresa en su mercado que le permita obtener los ingresos suficientes

Los distintos componentes del Análisis de Mercado son:

- ✓ Definición de los Productos
- ✓ Descripción general del Mercado
- ✓ Análisis de la Competencia
- ✓ Análisis de la demanda o clientela potencial
- ✓ Proveedores

**Caso práctico**



# **3. PLAN COMERCIAL Y FIJACIÓN DE LOS PRECIOS**

**(El reto de vender. Vender para sobrevivir)**

**Calcular que productos vamos a vender a que precio , a cuantas personas estimamos que les haremos clientes nuestros y que acciones emprenderemos para conseguir esos clientes.**

**En concreto veremos:**

- **Características y gama de productos o servicios que venderemos**
- **Estudio de tamaño de nuestro Mercado**
- **Plan de marketing: objetivos de clientela y Acciones comerciales**
- **Calculo de los precios: método de costes o de precio de mercado**

**Caso práctico en cada apartado**

## **3.1.PRODUCTOS O SERVICIOS QUE VENDEREMOS**

- ◆ **Lista de productos o servicios**
- ◆ **Características especiales de los mismos o de alguno de ellos**
- ◆ **Conocer los de la competencia**
- ◆ **Preguntar a posibles clientes como les gustaría que fuera el producto o servicio para adaptarnos, diferenciarnos de la competencia, etc**

**Caso práctico**

## **3.2 Estudio de tamaño de mi mercado**

- ◆ **Cuantos son el total de mis posibles clientes , en mi zona , con las características adecuadas para mis productos, etc**
- ◆ **De ese total, a cuantos creo que yo podría llegar, o quitarle a la competencia**
- ◆ **A cuantos puedo llegar realmente con el tamaño inicial de mi empresa**

**Caso práctico y ronda de casos reales**

## **3.3 Plan de marketing: objetivos de clientela y acciones comerciales**

- **Cuantos son los clientes y los productos o servicios que voy a vender**
- **Estimación para el primer año y para los dos siguientes**
- **En definitiva, fijarnos unos objetivos de clientela**

### **Acciones comerciales para conseguir la clientela prevista:**

- **Publicidad dirigida claramente a nuestros clientes concretos**
- **Poner precios más bajos para atraer a los clientes**
- **Adaptación de productos, es decir , ofrecer cosas especiales que diferencien nuestro producto o servicio.**
- **La mejor publicidad es la de un cliente satisfecho**

## **3.4 Cálculo de los precios: método de costes o de precio de mercado**

- ◆ **El precio es lo que vamos a cobrar por cada producto que vendemos (porque lo hemos comprado a proveedores o porque lo hemos producido) , o por cada servicio que damos.**
- ◆ **Para calcularlo se puede hacer de dos formas : empezando desde la suma de costes mas un beneficio, o poniendo un precio parecido al de la competencia, o uno intermedio**

**Caso práctico para cálculo precios**

## 3.4 El Precio desde el Coste

### Clases de Costes

#### ◆ Costes Directos

- Materia prima
- Embalajes y accesorios
- Pagos a personal especial , no el fijo

#### ◆ Costes Indirectos

- Todos los otros gastos de la empresa, incluido los sueldos del empresario y del personal habitual

## 3.4 El Precio desde el Coste

- ◆ El coste resultante de la imputación de los costes directos e indirectos se denomina **“Coste total”**
- ◆ Al **“Coste Total”** se le añade el **“Margen”** deseado y resulta el **“Precio de Venta sin Impuestos (IVA)”**
- ◆ Finalmente se añade el IVA y se obtiene el **“Precio de Venta al Público” (PVP)**

## **3.4 El Precio desde el Mercado**

- ◆ **El Precio de Venta al Público (PVP) debe ser igual al máximo precio que el consumidor está dispuesto a pagar**
- ◆ **Obtenido el Precio de Venta al Publico de esa manera, y para garantizar la supervivencia de la empresa, se debe “ir hacia atrás” y determinar los costes máximos que podemos soportar**



## **4. Las necesidades para el funcionamiento de la empresa. Tipos de gastos**

- ◆ **Para poder funcionar la empresa , necesitamos unos medios que nos cuestan dinero y que tenemos que pensar bien cuales son para luego calcular cuanto nos van a costar y asi ver si lo que nos vamos a gastar en ellos es menos que lo que vamos a obtener por la venta.**
- ◆ **Los gastos son de los siguientes tipos:**
  - **Inversiones**
  - **Gastos fijos o indirectos**
  - **Gastos variables o directos**

# **4.1 Inversiones**

## **Iniciales (antes de abrir el negocio):**

- **compra local y adaptacion, o solo adaptacion**
- **maquinaria o instalaciones y mobiliario**
- **materias primas o productos para la venta**
- **gastos formales: notarios, impuestos, registros, etc**

## **Durante la marcha de la empresa**

- **sustituir las iniciales**
- **para aumento de tamaño de la empresa**

**Caso práctico**

◆ **Son los gastos que tiene la empresa aunque no venda nada, como:**

- **alquileres y demás gastos del local**
- **personal fijo**
- **mantenimiento de maquinaria**
- **publicidad**
- **gastos generales :gestoría, seguros,**

## **4.2 Gastos variables o directos**

◆ **Los que se generan cuando se produce el proceso de producción, o para vender o prestar el servicio, como:**

- compras de materias primas**
- artículos para la venta**
- embalajes**
- personal para momentos concretos**

# **5. Los aspectos económicos: Inversión necesaria, ingresos y gastos**

## **Caso práctico:**

- **Inversión necesaria: conceptos e importes**
- **Cálculo de los ingresos mensuales de la empresa**
- **Cálculo de los gastos mensuales de la empresa**

# **6. Cálculo de viabilidad de la empresa.**

## **Presupuestos**

### **Caso Práctico**

**-Presupuestos de gastos e ingresos para los tres primeros años**

**-Presupuesto de tesorería para los 12 meses del primer año**

## 7. El plan de empresa y la financiación

El **Plan de empresa** (plan de viabilidad, plan de negocio o "business plan") es un documento escrito en el que de forma ordenada, sistemática y completa se describen los aspectos esenciales del proyecto empresarial, se expone el resultado del análisis del mercado donde va a operar la microempresa y se evalúa y expone su viabilidad económica

# **7. El plan de empresa y la financiación**

## **NECESIDAD DE ELABORACIÓN Y VENTAJAS**

- ❖ Herramienta de diseño y definición
- ❖ Visión global y más clara
- ❖ Obliga a “trabajarse el proyecto”
- ❖ Se observan posibles incoherencias
- ❖ Prevenir errores
- ❖ Prever necesidades a medio plazo
- ❖ Disminuye riesgos
- ❖ Documento para “vender” el proyecto



# **7. El plan de empresa y la financiación**

## **DESTINATARIOS**

- Propio promotor
- Entorno más cercano
- Inversores
- Bancos y otros financiadores
- Solicitud de subvenciones
- Posibles aliados

# 7. El plan de empresa y la financiación

La estructura del Plan debe mostrar en un orden lógico toda la información, un **índice** adecuado puede ser el aquí se muestra, si bien puede haber modificaciones de denominación o posición de los apartados

- 1) Resumen ejecutivo
- 2) Presentación de la idea y del objeto de la empresa
- 3) Análisis estratégico o DAFO
- 4) Resultado del análisis del mercado
- 5) Ingresos comerciales y margen
- 6) Las necesidades para el funcionamiento de la empresa. Tipos de gastos
- 7) Inversiones necesarias para puesta en marcha y necesidades de financiación
- 8) Presupuestos ingresos y gastos para los tres primeros años, y de tesorería para el primer año.
- 9) Conclusiones acerca de la viabilidad
- 10) Petición de financiación

# 7. El plan de empresa y la financiación

Análisis estratégico o DAFO.  
Debilidades Amenazas Fortalezas Oportunidades

**Debilidades.** Internas. Características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos que limitan o reducen la capacidad.

**Amenazas.** Externas. Situaciones del entorno que podrían afectar negativamente las posibilidades de la empresa.

**Fortalezas.** Internas. Puntos fuertes de la empresa que van a facilitar el logro de los objetivos.

**Oportunidades.** Externas. Circunstancias del entorno que podrían ser aprovechadas por el emprendedor para dar más viabilidad a la empresa.

# 7. El plan de empresa y la financiación

◆ Necesidades de financiación del caso práctico

◆ Fuentes de financiación

# 7. El plan de empresa y la financiación

## ELABORACIÓN

- Proceso: Con las concreciones operativas (Apartado 3.7 anterior) y el DAFO , hacer el análisis de mercado y en base a éste la descripción del funcionamiento, plan comercial, el de inversiones y la organización. Con todo ello se confeccionan los estudios económicos. Finalmente se hace el Resumen.
- Riguroso y conservador
- Muestra utilización de fuentes
- Convincente con datos cuantitativos
- De tamaño adecuado ni corto ni largo ( p.e: 4 R + 20 h + anexos)
- Cuidada redacción y presentación formal

# 8. Puesta en marcha: aspectos formales

## Programa de puesta en marcha

Tras la elaboración del Plan de empresa y la confirmación de la Viabilidad del negocio previsto, se hará un programa de puesta en marcha con actividades o acciones, fechas y en su caso persona responsable de su ejecución, que incluirá entre las acciones más importantes:

- Acuerdos de financiación
- Constitución de la sociedad e inscripciones en registros
- Adquisición o alquileres de locales y su acondicionamiento
- Contratos con suministradores
- Campaña inicial de marketing
- Contratación de personal y acciones de formación
- Adquisición de maquinaria, mobiliario, informática
- Acuerdos de asesoramiento y gestoría
- Fecha de entrada en funcionamiento.....

## 8. Puesta en marcha: aspectos formales

- ◆ Tipo de empresa (autónomo, S.L, SLNE, otras).
- ◆ Trámites para dar de alta la empresa
- ◆ Impuestos
- ◆ Seguridad Social y contratos laborales
- ◆ Contabilidad

**ENTREGA DE MATERIAL DE APOYO**