

## INDICE

Prólogo	XIII
El curso	XV
<b>Primera Parte. La Oportunidad llama a su Puerta</b>	
<b>1. Evaluación de su aptitud como Empresario</b>	<b>3</b>
Objetivos	3
Términos claves	3
¿Qué es un empresario?	3
Características deseables del empresario	4
Defina su aptitud como empresario	5
El entorno adecuado	6
Las posibilidades de la industria	6
Por qué y cuando	9
Resumen del capítulo	11
El paso siguiente	11
Preguntas	11
<b>2. Dar con la idea adecuada</b>	<b>13</b>
Objetivos	13
Términos claves	13
Dónde buscar ideas	14
Decisiones personales	16
Dónde acudir para desarrollar la idea	17
Formulación de un plan empresarial (el Business Plan)	18
Ingredientes de un plan empresarial	18
Resumen del capítulo	20
El paso siguiente	20
Preguntas	20
<b>3. Estudio de la compra de una empresa ya existente</b>	<b>21</b>
Objetivos	21
Términos claves	21
¿Por qué comprar una empresa ya existente?	22
¿Por qué no comprarla?	22
Razones por las que se vende una empresa	23
Evaluación de la empresa o del negocio en venta	24
Pasos en la negociación y compra de una empresa	26
La búsqueda de oportunidades	27
Resumen de capítulo	29
El paso siguiente	30
Preguntas	30
<b>4. Estudio de la adquisición de una franquicia</b>	<b>31</b>
Objetivos	31
Términos claves	31
¿Qué es una franquicia?	31
¿Por qué no considerar la franquicia?	32
¿Por qué no considerarla?	32
Modo de encontrar oportunidades	34
Lo que se deben formular	36
Resumen del capítulo	37

El paso siguiente	37
Preguntas	37
Estudio de caso de la primera parte: ¿Crear una empresa o adquirir una franquicia?	39
<b>Segunda Parte. El Marketing</b>	
<b>5. La identificación del mercado</b>	43
Objetivos	43
Términos claves	43
¿Quiénes son los clientes?	44
¿Dónde están los clientes?	44
Determinación del mercado objetivo	46
Comprender las necesidades, percepciones, motivaciones y actitudes	49
Resumen del capítulo	51
El paso siguiente	51
Preguntas	51
<b>6. Conocer a la competencia</b>	53
Objetivos	53
Términos claves	53
Entrada en el mercado	53
Tipos de competencia	54
Cómo estudiar a la competencia	54
Aplicación de la información	56
Clasificación de la competencia	56
Resumen del capítulo	57
El paso siguiente	57
Preguntas	57
<b>7. La elección de la ubicación</b>	59
Objetivos	59
Términos claves	59
La comodidad	59
La elección de un sitio	60
Búsqueda de un lugar para venta por menor	60
Tipos de áreas comerciales de venta al por menor	60
Búsqueda de localización para una industria	61
El trabajo en casa	62
El leasing versus la compra	63
Los contratos de alquiler	63
Resumen del capítulo	64
El paso siguiente	65
Preguntas	65
<b>8. La formulación de un plan de marketing</b>	67
Objetivos	67
Términos claves	67
Las cuatro Ps	68
Modos de mejorar las cuatro Ps	69
Estrategias de comunicación	70
Conocimiento de las etapas del consumidor	71
Resumen del capítulo	72

El paso siguiente	73
Preguntas	73
<b>9. la fijación de los precios</b>	75
Objetivos	75
Términos claves	75
Propósito de la fijación de precios	76
Cálculo del punto de equilibrio	76
La fijación de precios en la empresa industrial	77
La fijación de precios en el negocio de venta al por menor	78
La fijación de precios de los servicios profesionales	79
Tenga cuidado a la hora de hacer descuentos	79
Estrategia de precios	80
Resumen del capítulo	81
Preguntas	81
<b>10. Estrategias eficaces de promoción</b>	83
Objetivos	83
Términos claves	83
El mix de promoción	83
Publicidad	83
La creación de anuncios	86
Evaluación de la publicidad	87
Etapas de una promoción	87
Desarrollo de la filosofía de ventas	88
El telemarketing	89
La propaganda	89
La comunicación oral de los clientes	89
Resumen del capítulo	90
El paso siguiente	90
Preguntas	91
<b>Estudio del caso de la segunda parte: decisiones delicadas</b>	92
<b>Tercera Parte. La financiación de la empresa pequeña</b>	
<b>11. Capitalización inicial</b>	97
Objetivos	97
Términos claves	97
Determinación de la necesidades de capital	97
La confesión de un estado de necesidades de capital	98
Vea cuánto tiene	100
Dónde conseguir dinero	101
Asociarse con alguien	101
La incorporación de inversores	102
Las sociedades de capital riesgo	102
Créditos comerciales	102
Resumen del capítulo	102
El paso siguiente	103
Preguntas	103
<b>12. Estudio de los riesgos de la inversión</b>	105
Objetivos	105
Términos claves	105

Financiación creativa	105
División de capital en acciones	107
Cálculo de los riesgos de la inversión	108
Resumen de capítulo	109
El paso siguiente	110
Preguntas	110
<b>13. Estados financieros</b>	111
Objetivos	111
Términos claves	111
La cuenta de resultados pro forma	111
El balance pro forma	113
Estado de flujo de caja pro forma	114
Resumen del capítulo	117
El paso siguiente	117
Preguntas	120
<b>Estudio del caso de la tercera parte: el empleado de banca</b>	121
<b>Cuarta Parte. La gestión de la pequeña empresa y algunos aspectos legales para su constitución</b>	
<b>14. Control de la empresa</b>	125
Objetivos	125
Términos claves	125
Planificación, -organización, dirección, control y política de personal	125
La gestión del inventario	127
El control de caja	129
Filosofía de la gestión	130
Resumen del capítulo	131
El paso siguiente	131
Preguntas	131
<b>15. La dirección de personal en la pequeña empresa</b>	133
Objetivos	133
Términos claves	133
La gestión de recursos humanos	133
La contratación de buenos empleados	134
Compensaciones	135
Evaluación del rendimiento	136
Formación de los empleados	137
Resumen del capítulo	137
El paso siguiente	137
Preguntas	137
<b>16. Aplicaciones informáticas</b>	139
Objetivos	139
Términos claves	139
Sistemas de teneduría de libros	139
.la computadora como herramienta de comunicación	141
La base de datos de clientes	142
La elección de software y del hardware	142
Resumen del capítulo	142
El paso siguiente	143

Preguntas	143
<b>17. Asistencia a la gestión</b>	145
Objetivos	145
Términos claves	145
Servicios profesionales	145
Ayudas institucionales	146
Resumen del capítulo	147
El paso siguiente	148
Preguntas	148
<b>18. Elección de la forma de propiedad</b>	149
Objetivos	149
Términos claves	149
La empresa personal o de propiedad individual	149
Trámites administrativos para montar una empresa	150
Sociedades	150
Resumen del capítulo	152
El paso siguiente	152
Preguntas	152
<b>Estudio del caso de la cuarta parte: un problema de control</b>	153
<b>Quinta parte. Mirando al futuro</b>	
<b>19. Su futuro como empresario</b>	157
Objetivos	157
Términos claves	157
Ciclo vital de las empresas	157
La expansión	158
La venta de la empresa	159
La transmisión de una empresa familiar	159
La jubilación	160
Resumen del capítulo	161
El paso siguiente	162
Preguntas	162
<b>20. Tendencias de las empresas pequeñas</b>	163
Objetivos	163
Términos claves	163
La empresa internacional	164
El mercado del medio ambiente	166
Negocios a tiempo parcial desde el propio domicilio	166
Consultoría y trabajo temporal	167
Resumen del capítulo	167
El paso siguiente	167
Preguntas	168
<b>21. Consideraciones finales</b>	169
Objetivos	169
Términos claves	169
El plan de acción	169
Tipos de planes empresariales	171
Sistemas de gestión médica: un plan empresarial sencillo	172
Resumen del capítulo	178

El último paso	180
Preguntas	180
Estudio del caso de la quinta parte: Visión retrospectiva	181
Respuestas a las preguntas de los capítulo y de los resultados de casos	183
Índice	197
Examen final	203