

Introducción

La **Confederación de Empresarios de Andalucía** (CEA) presenta esta edición del "**Manual de creación y gestión de empresas**" con el objeto de facilitar, a los participantes en las actividades del programa "**Universidad Emprende**", la consulta sobre aspectos relacionados con la creación de empresas y su gestión. Por su contenido, este manual es una herramienta idónea para la elaboración de planes de empresa.

Un plan de empresa, también denominado plan de viabilidad, es un documento de trabajo que contiene toda la información relevante en el análisis de la viabilidad de un proyecto empresarial. Este documento recoge de forma ordenada y coherente las ideas e información que el promotor tiene acerca de su proyecto.

El "**Manual de creación y gestión de empresas**" analiza los principales aspectos que deben ser abordados en un plan de empresa, es decir, las variables sobre las cuales el promotor debe establecer hipótesis realistas de cara a efectuar una evaluación de la viabilidad y tener una tarjeta de presentación del proyecto.

De esta forma el plan de empresa es un instrumento al servicio del promotor para la toma racional de decisiones, lo que exige la constante actualización del mismo a medida que se vayan introduciendo modificaciones en la información de partida. Se trata pues de un documento abierto a modificaciones.

El **capítulo 1** se centra en el tratamiento que debe darse a la idea que sustenta un nuevo proyecto empresarial, en su origen y en sus características. También se aborda la cuestión del perfil del empresario y la importancia que los condicionantes del macroentorno (variables económicas, legales, culturales, demográficas, etc.) tienen en el planteamiento y definición del proyecto.

El **capítulo 2** trata la necesidad de efectuar un estudio de mercado y de las técnicas para descubrir quiénes son los potenciales clientes y cuántos son.

El **capítulo 3** trata el dimensionamiento de la oferta según los resultados obtenidos en el estudio de mercado, así como los aspectos relativos a la localización de la empresa.

En el **capítulo 4** se analizan los componentes de un plan de marketing, es decir, la fijación de los objetivos de marketing por un lado, y la formulación de las estrategias de mercado (posicionamiento y políticas de producto) por otro.

La viabilidad económico-financiera del plan es objeto de análisis en el **capítulo 5**, donde se exponen los principales instrumentos que permiten evaluar la rentabilidad y solvencia futura del proyecto.

Otro aspecto de especial importancia en relación al cual el promotor tiene que tomar decisiones es el relativo a la forma jurídica que adoptará la empresa. El **capítulo 6** desarrolla todas las opciones legales posibles, con sus características y ventajas.

Finalmente, el **capítulo 7** destaca el aspecto humano de la organización empresarial, incidiendo en los aspectos fundamentales de la gestión de personal.

Además de los aspectos relacionados con la creación de empresas, el manual desarrolla conceptos de gestión de empresarial, lo que lo convierte en un completo manual de creación y gestión de empresas.