

CÓMO PONER EN MARCHA

UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

AÑO 2014

Presentación1
Atractivos y dificultades del sector3
Capítulo 1	
LAS CLAVES DEL ÉXITO ... Y DEL FRACASO6
Concreción de la idea de negocio	
Investigación	
Planificación	
Vocación de servicio al cliente	
Financiación	
Comunicación	
Actitud comercial	
Gestión de los colaboradores	
Formación	
Morir de éxito	
Innovación	
Espíritu emprendedor	
▪ La idea de negocio13
Cómo acotar la idea de negocio	
Posicionamiento de la empresa	
Capítulo 2	
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN15
▪ El sector de la comunicación15
▪ Inversión publicitaria y de marketing20
▪ El mercado de las empresas23

▪ Creación de empresas y autónomos24
▪ Evolución del consumo25
▪ Coyuntura económica26
▪ Entorno tecnológico27
▪ Asociaciones sectoriales28
▪ Investigar acerca de los potenciales clientes32
▪ Sugerencias para realizar una encuesta33
▪ Vigilar a los competidores35
▪ Cómo elegir los proveedores36
▪ Análisis DAFO39

Capítulo 3

PLAN DE MARKETING41
▪ Los clientes: la segmentación Un ejemplo de segmentación42
▪ Marketing mix46
▪ ¿Qué servicios de organización de eventos puedo ofrecer? La franquicia46
▪ Cómo fijar los precios Formas de pago50
▪ Comunicación eficaz54
Crear marca	
Elección del nombre	
Imagen corporativa	
Cómo planificar nuestra campaña de comunicación	
La publicidad	
Promociones	
Presencia en Internet	
Relaciones públicas	
Marketing directo	
La entrevista de venta	

El 'boca a boca'
Fidelización de los clientes
Marketing de guerrilla
Un ejemplo de planificación de las acciones de comunicación

Capítulo 4

RECURSOS HUMANOS	72
▪ Los datos de la ocupación	72
▪ Las profesiones	74
▪ Las remuneraciones	76
▪ Modalidades de contratación	78
▪ Costes salariales	85
▪ Convenio colectivo de publicidad	86
Jornada de trabajo	
Periodo de prueba	
Vacaciones	
Permisos y licencias	
Excedencias	
Faltas y sanciones	
▪ Convenio colectivo de oficinas y despachos	89
Igualdad efectiva de mujeres y hombres	
Retribuciones	
▪ Búsqueda y selección del personal	91
▪ Sugerecias para la gestión de los colaboradores	92
▪ Empresarios del sector: un ejemplo	94
▪ El trabajador autónomo	95
Ley del Estatuto del Trabajo Autónomo	
Cotización a la Seguridad Social	
▪ Medidas de apoyo al emprendedor	96

Capítulo 5

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	98
▪ El día a día	98

▪ Tareas de marketing y comunicación99
<i>Briefing</i>	
Contrato de prestación de servicios	
Concurso	
Creatividad y producción	
Facturación	
▪ Formarse y mantenerse al día101
▪ Las tendencias103
▪ La oficina103
▪ Equipamiento tecnológico y ofimático105
▪ Gestión contable, fiscal y laboral109

Capítulo 6

ASPECTOS JURÍDICOS110
--------------------	----------

▪ La forma jurídica111
Empesario individual	
Comunidad de bienes	
Sociedad de Responsabilidad Limitada	
Sociedad Limitada Nueva Empresa	
Sociedad Anónima	
Sociedad Laboral	
Sociedad Colectiva	
Sociedad Comanditaria	
Cooperativa de Trabajo Asociado	
▪ Las formas jurídicas en el sector de la comunicación.....	111

Capítulo 7

TRÁMITES116
----------	----------

▪ Trámites de constitución116
Solicitud de certificación negativa del nombre	
Escritura de constitución y estatutos de la sociedad	
Declaración previa al inicio de operaciones	
Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)	
Liquidación del ITPAJD	
Inscripción en el Registro Mercantil	
Libros obligatorios	
Solicitud de firma electrónica	

▪ Trámites administrativos119
Compra, arrendamiento del local o traspaso	
Licencia de actividad	
Declaración responsable	
Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas	
▪ Trámites laborales122
Alta en el régimen de autónomos de la Seguridad Social	
Comunicación de apertura del centro de trabajo	
Inscripción de la empresa en la Seguridad Social	
Afiliación y alta de los trabajadores en la Seguridad Social	
Formalización de los contratos de trabajo	
Libro de visitas	
Calendario laboral	
▪ Otros trámites y requisitos124
Permisos y autorizaciones específicos	
Registro de empresas publicitarias y agentes de publicidad	
Seguros generales	
Prevención de riesgos laborales	
Ley de Protección de datos personales	
Sello de confianza <i>online</i>	
Sociedad General de Autores de España	
Registro de Patentes y Marcas	

Capítulo 8

LEGISLACIÓN SECTORIAL128
-----------------------	----------

Capítulo 9

FISCALIDAD131
▪ Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)131
▪ Impuesto sobre la Renta de las personas físicas (IRPF)132
Estimación directa normal	
Estimación directa simplificada	
Escala de gravamen	
Obligaciones contables	
▪ Impuesto de Sociedades (IS)135
▪ Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)137

▪ Capítulo 10	
AYUDAS Y SUBVENCIONES138
▪ ¿Dónde y cómo encontrarlas?138
▪ Financiación preferencial140
Líneas ICO 2014 para autónomos y empresas	
Líneas ENISA 2014	
▪ Ayudas para el fomento del empleo141
Programa de promoción del empleo autónomo	
Pago único de la prestación por desempleo	
Ayudas autonómicas para el fomento del empleo	
Ayudas para el fomento del empleo de jóvenes	
Ayudas para el fomento del empleo y de la economía social	
▪ Otras ayudas143
Ayudas a la creación de empresas	
Programas de fomento de la innovación y el desarrollo empresarial	
Ayudas para la formación	
Apoyo a la internacionalización	
▪ Instrumentos al servicio de los emprendedores146
Ventanillas únicas	
Organismos de promoción empresarial	
Asociaciones sectoriales	

Capítulo 11

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO147
▪ Plan de inversión147
▪ Plan de financiación150
Fuentes de financiación	
▪ Balance de situación inicial153
▪ Cuenta de resultados155
Partidas de gasto	
Gastos de personal	
Gastos generales	
Amortizaciones	
Gastos financieros	
Compra de existencias	
▪ Previsión de facturación161
▪ Plan de tesorería previsional164

▪ Balance de situación final167
▪ Rentabilidad del negocio168
ROE	
ROI	
▪ Otros indicadores financieros171
<i>Cash Flow</i>	
<i>Pay Back</i>	
Fondo de maniobra	
Ratios de liquidez y de solvencia	

Capítulo 12

RECURSOS PARA EMPRENDEDORES178
▪ Organismos y asociaciones178
▪ Organismos de desarrollo y promoción empresarial185
▪ Publicaciones sectoriales187
▪ Premios, ferias y eventos del sector190
▪ Bibliografía193