

# GUÍA BÁSICA DE APROXIMACIÓN A UN PLAN DE EMPRESA

## CONTENIDOS DEL PLAN

1. Presentación del proyecto
2. Plan de marketing
3. Plan de producción y calidad
4. Plan de organización y gestión. Área jurídico-fiscal
5. Plan económico-financiero
6. Anexos

Nombre del Proyecto:

Autor:

Código Oficina Bancaja:

Localidad Oficina Bancaja:

## 1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

### 1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Se trata de hacer una breve descripción de vuestra actividad, así como de su grado de desarrollo en el momento actual.

También debéis de hacer una breve historia de vuestro proyecto, desde que comenzó hasta el día de hoy.

Describir la actividad objeto de vuestro proyecto y los pasos que habéis dado hasta ahora para su desarrollo. Incluido lo dicho, especificar si está o no iniciada. En el caso en que lo esté, explicar el proceso seguido hasta ahora y los elementos más importantes.

- Descripción de la actividad a realizar.

- Si está iniciada, desde cuándo y cómo fue la puesta en marcha

- Si no está iniciada, ¿qué falta para comenzarla?

- Actividades más importantes realizadas hasta estos momentos.

**2 PLAN DE MARKETING****2.1 DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS**

Se hará una definición precisa de los productos y/o servicios que queréis ofrecer, describiendo las características propias y los elementos que lo diferencian del resto de los productos y/o servicios similares que hay en el mercado. En el caso de los servicios, es conveniente describirlo en forma de diagrama de flujo.

También es importante que señaléis a qué segmento del mercado van dirigidos y qué necesidades demandadas quedan cubiertas.

- Definición de los productos y/o servicios. Características.

- Aspectos innovadores de los productos y/o servicios.

- Beneficios tangibles para los usuarios y consumidores.

- Necesidades que cubren tus productos y/o servicios.

**2.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO**

Se ha de definir dónde se dirige geográficamente la oferta de vuestra empresa teniendo en cuenta cuáles son las posibilidades de las zonas geográficas escogidas, y si en estas zonas tendrá salida vuestros productos y/o servicios y por qué.

Se deberá incluir un análisis de los futuros clientes, compradores, consumidores del producto/servicio.

- Mercado geográfico (zonas donde se piensa ofrecer los productos y/o servicios).

- Análisis de clientes, compradores y consumidores: definición y perfil. Segmentación del mercado. ¿Cuáles son las características fundamentales de los clientes a los que se dirige la empresa? ¿Pueden establecerse grupos de consumidores con características similares?

### 2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Relacionar los aspectos que definen la competencia de vuestra empresa desde las diferentes perspectivas (dimensión, medios humanos, zona de influencia, estructura, promoción, abanico de productos, prestigio, etc.). Para cada uno de estos aspectos debéis establecer una comparación con vuestro proyecto de empresa, destacando si estáis en una situación fuerte o débil respecto a la competencia.

- Identificación y descripción de la competencia. Características fundamentales (precios, calidades, características de los servicios prestados, etc.), cantidad de competidores.

Puntos fuertes y débiles de la empresa y de la competencia.

<b>PROPIOS</b> <b>Puntos Débiles</b>
•
•
•
•
<b>PROPIOS</b> <b>Puntos Fuertes</b>
•
•
•
•

<b>DE LA COMPETENCIA</b> <b>Puntos Débiles</b>
•
•
•
•
<b>DE LA COMPETENCIA</b> <b>Puntos Fuertes</b>
•
•
•
•

## 2.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Describir y explicar como pensáis influir sobre la demanda para competir con eficacia y para conseguir el nivel de ventas prefijado, indicando los medios y las diversas formas de conseguirlo.

Podéis completar este estudio indicando los puntos básicos de la política de marketing de vuestro proyecto de empresa.

- Describir los medios y sistemas de publicidad que utilizaréis para ganar mercado (folletos, buzoneo, inserciones en prensa, cuñas publicitarias, catálogos, etc.).

## 2.5 PREVISIONES

Es importante que delimitéis el precio de coste, así como el de venta, para poder compararlo con los ya existentes. Indicar, de forma razonada, las cifras de venta de vuestros productos y/o servicios en euros y unidades de venta. Así mismo, especificar cuáles serán vuestros canales de distribución (al por mayor y minorista) y cómo os planteáis el tema de los almacenamientos.

- Previsiones de ventas anuales totales a medio plazo (**3 años**), en unidades de venta y en euros.

Previsiones	Unidades medias	Valoración en euros
Año 1		
Año 2		
Año 3		

- Explica cómo has llegado a la conclusión de la cifra de ventas previstas.

- Sistemas de distribución. ¿Cómo vas a hacer llegar tus productos o servicios a los clientes: a través de un local propio, desplazándote a los locales de los clientes, etc.?

## 2.6 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA Y DE SU COMPARACIÓN CON EL DE LA COMPETENCIA

Se trata de describir cuál puede ser la estrategia de precios más adecuada para vuestra empresa, a partir de las valoraciones de los costes fijos, variables (*ver punto 3.1*) y de comercialización efectuados en puntos anteriores. Es importante que realicéis un análisis comparativo de los precios resultantes con los de la competencia.

Explicar en qué se basan estas diferencias y argumentar los precios que habéis fijado.

Empresa	Prod/Serv1	Prod/Serv2	Prod/Serv3	Prod/Serv4
Mi empresa				
Competencia				
“				
“				
“				

- Explica cómo has llegado a establecer tus precios y a qué se deben las diferencias (si las hay) con los de la competencia.

--

## 2.7 PRESUPUESTO DE MARKETING

- Estimar los presupuestos anuales para publicidad y promoción de ventas.

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Publicidad en medios			
Publicidad catálogos			
Publicidad tarjetas			
Ferías			
Promociones			
Marketing directo			
Relaciones Públicas			
Esponsorización			
Otros gastos			
<b>Total</b>			

**3 PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD****3.1 PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS**

Esta área hace referencia a los aspectos relacionados con la producción la gestión de la calidad, la logística de equipamientos e infraestructura, y las medidas de protección en el trabajo.

Describir detalladamente el proceso de elaboración de los diferentes productos y/o servicios, indicando los elementos materiales y humanos necesarios así como los tiempos previstos para cada fase y el tiempo total de producción.

Explicar cuál es la tecnología específica aplicada a los procesos detallados en el apartado anterior.

Indicar cuales serán vuestras materias primas, quiénes pueden ser vuestros proveedores, qué precios y condiciones os ofrecen, cuáles son sus plazos de cobro, si pagan el transporte, si hace falta asegurar las mercancías, cual es el volumen óptimo de pedido, si tenéis lugar para almacenar y su costo, y cual es el período medio de almacenaje de los productos semielaborados y terminados.

Establecer, de los costes que tenéis, cuales son fijos y cuales son variables.

Especificar qué criterios utilizáis para calcular el coste de un producto o servicio.

Calcular, según el punto anterior, el coste unitario para cada línea y/o modelo de producto o servicio.

- Proceso de elaboración de los productos y/o servicios.

--

- Tecnología aplicada.

--

- Gestión de almacenes.

--

- Determinación del coste del producto

--

### 3.2 CALIDAD

Indicar cual es el método que tenéis previsto para comprobar la calidad de vuestros productos o servicios, así como para detectar mejoras en todos los niveles de la empresa.

- Control de calidad

### 3.3 EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA

Relación de las necesidades de cada apartado, valorándose su coste. Indicar qué se tiene y qué no.

Características y valoración del local tanto si es propio, cedido o alquilado. Normativa y permisos que afectan al local y su situación.

Detallar y cuantificar las instalaciones necesarias para desarrollar la actividad.

Indicar si se necesita algún tipo de transporte (permanente, periódico o puntual) para llevar a cabo la actividad, así como su coste aproximado.

- Maquinaria, herramientas y mobiliario.

- Locales e instalaciones.

- Medios de transporte.

**4 PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN. AREA JURIDICO-FISCAL****4.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS**

Definir las funciones necesarias para realizar vuestro proyecto señalando el perfil de las personas que deberían de asumirlas. A partir de aquí, definir el organigrama funcional de la empresa contando con su evolución futura prevista y especificando las funciones asignadas a cada área.

De acuerdo con el organigrama que habéis diseñado, indicar el número de personas necesarias y características de las mismas, así como el momento en que se prevé que se incorporen.

Establecer los sueldos previstos y las cargas sociales por categorías.

- Reparto de funciones. ¿Qué experiencia, formación, características deben tener los trabajadores para cada uno de los puestos de trabajo? ¿Quién va a realizar cada una de las funciones necesarias en la empresa? Organigrama.

- Perspectivas de evolución de la plantilla. Si todavía no has comenzado, ¿con cuántas personas vas a empezar el negocio? ¿Cuántas personas piensas contratar durante los siguientes meses / años?

- Forma prevista de repartir los diversos conceptos de retribución (sueldos, beneficios, facturación por servicios, etc.).

## 4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Se trata de especificar el proceso de análisis de los que ha llevado a elegir una determinada forma jurídica o a preferirla a otras, incidiendo en los aspectos que hacen referencia a los gastos de constitución (realizados o estudiados), al proceso de tramitación y al calendario de legalización.

- En el caso de no haber creado todavía la empresa, indicar la forma jurídica escogida y argumentar la razón de la elección, describiendo la tramitación y el calendario de legalización.

- En el caso que la empresa ya esté creada, indicar la forma escogida y la razón de la elección.

## 4.3 OBLIGACIONES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD (Hacienda, Seguridad Social, Ayuntamientos, etc.)

En este apartado debéis consignar los aspectos que inciden específicamente en vuestra actividad, determinando su coste.

#### **4.4 PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL**

Indicar los permisos, licencias y documentación contable oficial que preciséis para la gestión de vuestra empresa.

<b>5 PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO</b>
------------------------------------

**5.1 PLAN DE INVERSIONES INICIALES**

Si la empresa ya estuviese puesta en marcha, se reflejará la inversión ya realizada.

1) INVERSIONES	Inicio
Edificios, locales y terrenos (incluye reforma)	
Instalaciones, maquinaria y utillaje	
Otras instalaciones	
Mobiliario	
Equipos para procesos de información	
Elementos de transporte	
Otro Inmovilizado	
Prop.Ind.(Patentes y marcas) / Dchos.traspaso	
Aplicaciones informáticas	
Depósitos y fianzas constituídos a l.p.	
Gastos de constitución y primer establ.	
<b>Total</b>	

**5.2 PLAN DE INVERSIONES Y AMORTIZACIÓN**

1) INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Edificios, locales y terrenos (incluye reforma)			
Instalaciones, maquinaria y utillaje			
Otras instalaciones			
Mobiliario			
Equipos para procesos de información			
Elementos de transporte			
Otro Inmovilizado			
Prop.Ind.(Patentes y marcas) / Dchos.traspaso			
Aplicaciones informáticas			
Depósitos y fianzas constituídos a l.p.			
Gastos de constitución y primer establ.			
<b>Total</b>			

Amortizaciones	Amort. año 1	Amort. año 2	Amort. año 3
Edificios y locales			
Instalaciones, maquinaria y utillaje			
Otras instalaciones			
Mobiliario			
Equipos para procesos de información			
Elementos de transporte			
Otro Inmovilizado			
Prop.Ind.(Patentes y marcas) / Dchos.traspaso			
Aplicaciones informáticas			
Gastos de constitución y primer establ.			
<b>Amort.inversiones año inmovilizado material</b>			
<b>Amort.inversiones año inmovilizado inmaterial</b>			
<b>AMORTIZACIÓN ANUAL DE LA INVERSION REALIZADA</b>			
<b>Total amortización acumulada material</b>			
<b>Total amortización acumulada inmaterial</b>			
<b>Total AMORTIZACIÓN ACUMULADA</b>			

### 5.3 PLAN DE FINANCIACIÓN

- Cuáles son las fuentes de financiación que pretenden utilizarse, cuándo y por qué importes?

2) FINANCIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Préstamos l.p.			
Coste Financiero l.p. (%)			
Ampliación Capital/Subv.en Capital			
Dividendos			
Préstamos c.p.			
Coste Financiero c.p. (%)			

### 5.4 SISTEMA DE COBRO A CLIENTES, DE PAGO A PROVEEDORES Y DE STOCKS

- Cuál es el plan de cobro (plazos) utilizado con los clientes. Descuentos a aplicar.

- Cuáles son los plazos de pago establecidos con los proveedores. Descuentos a obtener.

- ¿Por término medio, durante cuánto tiempo prevés tener las mercancías que compres antes de venderlas o utilizarlas?

## 5.5 CUENTA DE RESULTADOS

<b>CUENTA DE RESULTADOS ECONÓMICA</b>	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3
<b>INGRESOS</b>			
Ventas			
Subvenciones a la explotación			
Otros ingresos			
Ingresos financieros			
<b>Total Ingresos</b>			
<b>GASTOS</b>			
Compras			
Gastos en I+D del ejercicio			
Arrendamientos y cánones			
Reparaciones y conservación			
Servicios de profesionales independientes			
Transportes			
Primas de seguros			
Servicios bancarios y similares			
Publicidad, propaganda y relaciones públicas			
Suministros			
Otros servicios			
Tributos			
Gastos de personal			
Otros gastos de gestión			
Provisiones			
Gastos financieros			
Amortizaciones			
<b>Total Gastos</b>			
<b>BAI (Ingresos-Gastos)</b>			
Impuestos			
<b>BDI (BAI-Impuestos)</b>			

## 5.6 PLAN DE TESORERÍA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Cobros</b>			
Ventas			
Otros Ingresos			
Préstamos			
Ampl.Capital			
<b>Total Cobros</b>			
<b>Pagos</b>			
Compras Inmov.			
Devol. préstamos			
Gastos generales			
Gtos. financieros			
Dividendos			
Compras MP e Imptos.			
<b>Total Pagos</b>			
<b>Flujo (Cobros – Pagos del año)</b>			
<b>Saldo Final =</b>			
<b>= Saldo año anterior + Flujo del año</b>			

## 5.7 BALANCE DE SITUACIÓN

<b>ACTIVO</b>	<b>INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Gastos Amortizables				
Inmovilizado Inmaterial				
-Amortización Acumulada				
Inmovilizado Material				
-Amortización Acumulada				
Inmovilizado Financiero				
-Amortización Acumulada				
Existencias				
Realizable				
Disponible (Tesorería)				
<b>Total Activo</b>				

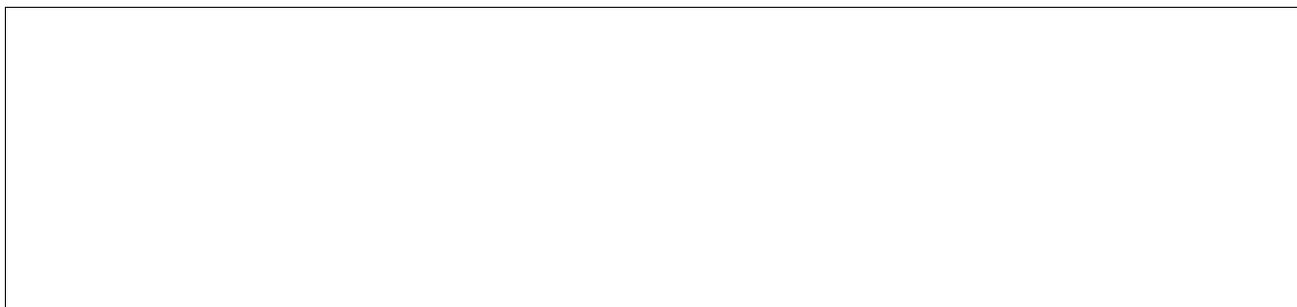
<b>PASIVO</b>	<b>INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Capital				
Reservas				
Resultado				
Exigible l.p				
Prest. c.p.				
Ctas. a pagar				
<b>Total Pasivo</b>				

## 5.8 ANÁLISIS DE RIESGOS EMPRESARIALES. VALORACION GLOBAL DEL PROYECTO

Resuma la valoración global que Vd. hace de su proyecto, teniendo en cuenta el beneficio o pérdida reflejados y su influencia con las inversiones iniciales.

**6 ANEXOS****6.1 CURRICULA VITORUM**

Se ha de incluir el curriculum personal de cada una de las personas promotoras del proyecto, poniendo especial énfasis en la descripción de los elementos que estén relacionados con la actividad empresarial.

**6.2 OTRAS INFORMACIONES**

Se trata de aportar el máximo de elementos que puedan enriquecer la comprensión global del proyecto y que, al mismo tiempo, destaquen los aspectos más interesantes y sugerentes: material fotográfico, audio-visuales, maquetas, referencias de medios de comunicación, referencias diversas, muestras, folletos, etc.

Así mismo, conviene aportar comentarios favorables al proyecto por parte de expertos, estudios de mercado o sobre el sector que corroboren los datos expuestos en el plan de empresa y/o contratos firmados o cartas de intención de compra.

