



Pla d'empresa de (indicar el nom de l'empresa)

Emprenedor/a:

NIF:

Assessorat/a per.....de l'Ajuntament de Sant Joan Despí, entitat acreditada 0104/0055

# SERVEI AUTOEMPRESA

El pla d'empresa s'ha de considerar un document fonamental a l'hora d'exposar la vostra idea empresarial.

El fet de donar-li forma de document a aquesta idea us permetrà **reflexionar i desenvolupar** aspectes del vostre projecte que ja havieu considerat i també aquells que no s'havien tingut en compte inicialment.

L'elaboració del pla d'empresa serà també la vostra **tarjeta de presentació** per accedir a la recerca de finançament per part d'entitats bancàries, de nous socis, de subvencions, d'ajuts diversos (premis, etc.)

El pla d'empresa ha de ser un **document de facil comprensió** per a qualsevol persona que s'interessi en llegir-lo. Heu de pensar que amb la seva lectura han de quedar clares totes les vostres idees i perspectiva empresarial. El fet d'utilitzar **expressions senzilles** no desmereixeran ni l'activitat a la que voleu dedicar ni la vostra capacitat emprenedora.

Un pla d'empresa **NO** ha de ser redactat per una persona aliena al projecte.

És molt convenient tenir cura de totes les gestions que es vagin realitzant al llarg del procés de maduració del projecte així com de la posta en marxa de l'empresa, no adelantant-se inadecuadament i consultant tantes vegades com sigui necessari als nostres tècnics dubtes que puguin sorgir.

Adreces d'interès per als emprenedors:

<http://www.sjddespi.net/promodespi>

**Pàgina web de promoció econòmica de l'Ajuntament de Sant Joan Despí**

**Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial**

[www.cidem.com](http://www.cidem.com)

**Pàgina web de la Generalitat de Catalunya**

[www.gencat.net](http://www.gencat.net)

**El portal del emprendedor**

[www.createca.net](http://www.createca.net)

**Centro de Promoción y Gestión de Iniciativas de Autoocupación Juvenil de Cataluña (CP'AC)**

<http://www.cpac.federacioaccap.org/>

**Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa**

<http://www.ipyme.org>

**Dirección General Seguridad Social**

<http://www.seg-social.es>

**Agència Tributaria**

<http://www.aeat.es>

**Nominalia**

<http://www.nominalia.com>

Información sobre el registro de dominios en internet

**Oficina Española de Patentes i Marcas**

<http://www.oepm.es>

**Páginas para mujeres emprendedoras**

<http://www.emprendedoras.com>

<http://www.mujoynegocios.com>

## **10 raons per per el pla d'empresa:**

1. Posar per escrit la teva idea empresarial o projecte.
2. Verificar si disposes de tota la informació necessària per realitzar el projecte, o si manca alguna dada important.
3. Ordenar sistemàticament les idees per tal d'obtenir una visió de conjunt.
4. Ampliar i millorar el projecte.
5. Comprovar si les hipòtesis considerades són vàlides.
6. Aprendre a gestionar el teu projecte i aconseguir una implicació més a fons del promotor/a o promotors/es.
7. Analitzar la viabilitat del projecte per tal de reduir el marge de risc que suposa la inversió inicial.
8. Decidir si s'emprèn el projecte o no, tenint en compte totes les variables.
9. Presentar un dossier sòlid descriptiu del projecte per sol·licitar ajuts públics o suport financer.
10. Tenir una guia de tots els elements del projecte per poder prendre les decisions correctes un cop es posi en marxa.

# MODEL DE GUIÓ PER REALITZAR UN PLA D'EMPRESA

## **1.- PERSONA EMPRENEDORA O EQUIP FUNDADOR**

- Presentar la persona emprenedora o els membres de l'equip fundador. Explicar les motivacions que donen origen a la creació de l'empresa.
- Quins són els vostres objectius personals en voler muntar una empresa? (desenvolupar professional un hobby, sortir de l'atur, canviar de treball, etc.)
- Valoració el projecte en la seva globalitat: S'han de detectar tots els factors que poden afectar negativament a la nostra empresa (Debilitats que condueixen a Amenaces. Per exemple: la falta de clients pot conduir a un nombre de vendes insuficient), així com aquells que poden afavorir i impulsar positivament l'inici de la nostra activitat (Fortaleses que condueixen a Oportunitats. Per exemple: l'experiència en el sector en que volem iniciar la nostra activitat pot conduir a una oferta de productes ben elaborats i de qualitat). A partir d'aquesta anàlisi s'han de valorar possibles plans de millora.
- Currículum de l'emprenedor/res (indicar quines creieu que són les vostres millors qualitats, aptituds i habilitats).

## **2.- PLA DE MARKETING**

### 2.1. Quant a l'anàlisi de l'entorn:

- Quines són les necessitats dels clients als qui ens dirigirem?
- Existeix alguna evidència sobre les motivacions de compra del nostre producte per part dels clients potencials?
- Quines són les raons de la seva existència, i quant temps es preveu que durin?
- Descriure les característiques més importants del nostre producte/servei.
- Detallar l'entorn general i el mercat en el qual l'empresa mantindrà l'activitat principal, així com els clients potencials i la competència.

## 2.2. Pel que fa a les polítiques de màrqueting:

- Proporcionar la informació referent a la comercialització del producte/servei.
- Detallar des del punt de vista comercial quin producte/servei es vol vendre, com es donarà a conèixer, com es farà arribar al client, i a quin preu es vendrà, així com, si s'escau, el servei prevenda i de postvenda que es pensa oferir.
- Fer la previsió de vendes.
- Indicar l'estratègia general de màrqueting a seguir per assolir les previsions de venda marcades (combinació de les polítiques de producte, de comunicació, de distribució, de preu i de serveis complementaris) i el cost.

## 2.3. Anàlisi del mercat

Estudi dels clients potencials i de la competència, fent especial èmfasi en:

- Zones geogràfiques on es preveu comercialitzar el producte/servei.
- Càlcul del volum del mercat.
- Taxa de creixement del mercat.
- Quota de participació estimada de la nostra empresa.
- Fase del cicle de vida del mercat.
- Anàlisi de les barreres d'entrada existents, els productes/serveis substitutius i les tendències futures previstes del mercat en qüestió.

Quant als clients potencials, serà necessari definir-los de la forma més precisa possible, així com explicitar-ne el seu perfil tot responent els següents punts:

- Quins són els clients potencials?
- Quants són?
- On estan ubicats?
- Quin és el seu poder adquisitiu?
- Quines són les seves necessitats i motivacions de compra?
- Quins productes/serveis estan comprant actualment?
- Quins són els seus motius principals per comprar el nostre producte/servei?

Pel que fa a la competència

- *Quins són els competidors directes actuals?*
- *On s'ubiquen?*
- *A quins clients es dirigeixen i on es troben?*
- *Quins productes/serveis comercialitzen els nostres competidors?*
- *Quines són les característiques més rellevants*

*d'aquests productes/serveis?*

- *Quins són els productes/serveis substitutius?*
- *Quin pot ser competidor en el futur?*
- *Quins són els punts forts i febles dels competidors en relació a la nostra empresa?*

## 2.4. Política de producte/servei

Es definirà el producte/servei a comercialitzar de forma precisa i minuciosa tot considerant:

- *Nombre i tipus de variants*
- *Qualitat*
- *Marca*
- *Envàs*
- *Disseny*
- *Aspectes innovadors*
- *Fase del cicle de vida del producte*
- *Altres*

## 2.5. Política de comunicació

Es descriuran els mitjans més adients per a cada cas particular (Internet, premsa local, fullets, etc.) i les accions (publicitat i promoció de vendes) a través de les quals es donarà a conèixer el nostre producte/servei.

## 2.6. Política de distribució

- S'especificarà si s'utilitzarà la venda directa o indirecta.
- En cas que es tracti de venda indirecta, es detallaran els canals o vies de distribució (majorista, detallista o ambdues) a través dels quals es farà arribar el producte/servei al client final.
- S'especificarà el paper dels intermediaris (agents, distribuïdors, representants, etc.), si escau.

## 2.7. Política de preus

- Es detallarà l'estratègia de preus més adient per a la nostra empresa, amb la finalitat de fixar el preu de venda del producte/servei.
- Es concretarà el mètode seguit en la fixació de preus (a partir dels costos fixos i variables, a partir de la demanda, o a partir dels preus de la competència), el sistema de descomptes i de tarifes, el termini i la forma de pagament.

## 2.8. Política de serveis associats

- Es concretarà el tipus de serveis associats que l'empresa oferirà al client, tant abans de la compra del producte/servei (prevenda: elaboració d'ofertes, assessorament, etc.) com després d'aquesta (postvenda: manteniment, garantia, etc.).
- Es definiran quins són els objectius específics dels serveis associats.

### 3.- PLA DE PRODUCCIÓ D'OPERACIONS

L'objectiu d'aquest apartat seria:

- Concretar els aspectes relacionats amb el procés de producció o detallar el nucli d'operacions que es requereixen, en el cas de tractar-se de la prestació d'un servei.
- Descriure els recursos necessaris (locals i instal·lacions, equips tècnics, mitjans humans, matèries primeres, etc.) per dur a terme l'activitat de l'empresa, així com la política d'aprovisionament.
- Determinació del cost del producte/servei.
- Indicar la tecnologia aplicada, la gestió de la qualitat, les mesures de protecció en el treball i les qüestions mediambientals, en el cas que sigui necessari.

En el cas de la prestació d'un servei (en no tractar-se d'un producte tangible) serà necessari detallar les característiques més rellevants de la seva prestació del mateix, considerant aspectes com:

- Amb quina freqüència es prestarà el servei? (dies de la setmana, hores del dia, etc.)
- Quant temps es necessitarà per a la prestació de cada servei?
- Quin serà el grau d'autoservei requerit?
- Quina serà l'aparença interna del local/establiment on es durà a terme el servei? (ambient, decoració, grandària, distribució interior, etc.)
- Amb quin personal es compta?
- Etc.

#### 3.1. Recursos materials: equipaments i estructura.

- Local necessari per a desenvolupar l'activitat.  
S'han de realitzar reformes, adequacions, etc.(fer una valoració tant de la distribució del local com de les instal·lacions i adequació de maquinària, eines, etc. Que facin falta).
- Valorareu la necessitat d'implantar algun sistema de gestió de qualitat? Si es així indiqueu quins.
- Valoreu la necessitat de conèixer algunes de les bones pràctiques mediambientals que podeu dur a terme a la vostra activitat (estalvi d'aigua, gestió de residus, estalvi de recursos energetics, etc.)\*Si no heu tingut en compte aquest aspecte podreu adreçar-vos a la persona experta en medi ambient del nostre departament.
- Valoreu la necessitat d'aplicar mesures de seguretat i higiene en l'activitat que desenvolupareu (requisits legals, normativa, permisos que afectin al local i a l'activitat).

#### 3.2. Determinació del cost del producte/servei

S'establiran els costos previstos associats a l'activitat que desenvoluparà l'empresa, distingint entre els costos fixos (no depenen del volum de vendes realitzat) i els costos variables (varien en relació

directa al nombre d'unitats venudes).

En el **PLA ECONÒMIC-FINANÇER** es profunditzarà més al respecte.

#### **4.- PLA D'ORGANITZACIÓ**

Cal dir que, en al tractar-se d'una empresa de nova creació, aquest tipus d'aspectes tindran una importància relativa en el conjunt del PLA D'EMPRESA, tot i que no per això puguem obviar-ne la seva utilitat en els primers passos de qualsevol iniciativa empresarial.

#### **5.- PLA JURÍDIC I FISCAL**

Especificar la forma jurídica que tindrà la nova empresa, així com tots aquells aspectes legals relatius a la seva constitució i a la seva activitat diària.

Un cop escollit el nom comercial de la nostra empresa, se n'especificarà la forma jurídica adoptada, justificant les raons d'aquesta elecció. Fonamentalment, els factors clau en l'elecció de la forma jurídica a adoptar per la nova empresa seran el grau de responsabilitat a assumir per part dels socis promotors (limitada o il·limitada) i els aspectes fiscals.

Les formes jurídiques més habituals són les següents: empresari individual, societat civil, societat limitada, societat anònima i cooperativa.

Es farà un llistat dels tràmits necessaris per a la constitució legal de l'empresa sota la forma jurídica escollida, elaborant un calendari per a la seva legalització. S'indicaran també els permisos, les llicències i la documentació comptable oficial necessària per a la gestió de l'empresa.

#### **Contractació**

Es descriuran, si escau, els tipus de contractes a utilitzar en la relació entre l'empresari i els treballadors, detallant-ne les característiques més rellevants així com els costos laborals per a l'empresa.

## **Obligacions fiscals i cobertura de responsabilitats**

S'hauran de detallar les obligacions fiscals que incideixen en el desenvolupament de l'activitat de l'empresa:

- *Impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF).*
- *Impost sobre societats (IS).*
- *Impost sobre el valor afegit (IVA).*
- *Altres impostos.*

També es consideraran les assegurances obligatòries a contractar requerides per l'activitat de la nostra empresa, així com altres tipus de cobertures no obligatòries.

## **Marques i patents**

S'indicarà si el nostre producte/servei és susceptible d'obtenir algun tipus de protecció legal, tot especificant-ne les característiques.

Els símbols distintius de l'empresa es protegiran mitjançant la legalització de les marques, els noms comercials i els rètols d'establiment.

Per a la protecció d'invençions industrials es podran utilitzar les patents i els models d'utilitat, i per a protegir noves formes del producte s'utilitzaran els models i els dibuixos industrials.

## **7. PLA ECONÒMIC - FINANCER**

S'han de recollir els aspectes econòmic -financers del nostre projecte empresarial. Concretar el pla d'inversions inicials, el pla de finançament, l'avaluació del projecte, la previsió de tresoreria i del compte de resultats, així com el càlcul del punt d'equilibri i l'elaboració del balanç de situació.

### **7.1. Pla d'inversions inicials**

El Pla d'inversions inicials farà referència als recursos necessaris a invertir per a poder dur a terme l'activitat de l'empresa. Es detallaran les inversions, les quantitats monetàries i la data en què es duran a terme **(Model 1)**.

## **7.2. Pla de finançament**

El Pla de finançament es referirà a la forma en què es finançaran les inversions a realitzar. Es detallaran les fonts de finançament, així com el percentatge de cadascuna d'aquestes i la data en què s'hauran d'obtenir **(Model 2)**.

Com a fonts principals de finançament destaquen les següents:

- *Fonts pròpies: aportacions que provenen dels socis (estalvis personals, estalvis de la família o dels amics).*
- *Fonts alienes: finançament bancari (préstecs i crèdits de bancs i caixes) i finançament no bancari (crèdits de proveïdors, avançaments de clients, “factoring”, “leasing”, etc.).*

En el cas de les noves empreses tecnològiques, innovadores i de ràpid creixement, també existeix la possibilitat de recórrer al capital risc (participació minoritària i durant un període de temps determinat en el capital de la nova empresa per part de les societats capital risc).

## **7.3. Previsió de tresoreria i sistema de cobrament a clients i de pagament a proveïdors**

Quedarà reflectida la previsió de cobraments i de pagaments, així com les necessitats de diners que tindrà l'empresa en cada moment, amb la finalitat de preveure desfasaments que puguin produir-se. En aquest cas únicament es tindran en compte els fluxos que donin lloc a entrades o sortides de diners **(Model 3)**

Es consideraran les condicions i terminis de cobrament a clients (descomptes a aplicar; cobraments a 30, 60, 90, dies...) i de pagament a proveïdors (descomptes a obtenir; pagaments a 30, 60, 90, dies...).

## **7.4. Previsió del compte de resultats**

El compte de resultats expressarà el benefici d'un període determinat a partir de la diferència entre els ingressos i els costos produïts en l'esmentat període **(Model 4)**

## 7.5. Anàlisi del punt d'equilibri

El punt d'equilibri (o punt crític) és aquell volum de vendes pel qual el benefici és nul. En termes menys tècnics, el punt d'equilibri expressarà el nombre d'unitats que hem de vendre per tal de cobrir tots els costos. Aquesta dada és decisiva per a la nova empresa tant des del punt de vista de la persona emprenedora o equip fundador com per als possibles inversors o prestadors.

Fórmula del punt d'equilibri:

$$Pe = Cf/mg$$

**Pe = nombre d'unitats per a assolir el punt d'equilibri**

**Cf = costos fixos**

**mg = marge brut de contribució = (preu de venda – costos variables)**

- Costos variables: varien en funció del nivell d'activitat de l'empresa (del nombre d'unitats venudes). Per exemple: compra de matèries primeres, carburant, etc.
- Costos fixos: són independents del nivell d'activitat de l'empresa. Per exemple: salaris del personal, lloguer, etc.
- Marge brut de contribució: és la diferència entre el preu de venda unitari i els costos variables unitaris.

## 7.6. Balanç de situació

Expressarà la situació patrimonial de l'empresa en un moment determinat del temps i vindrà determinada per:

- L'actiu, que agrupa els elements patrimonials que representen béns i drets de propietat de l'empresa.
- El passiu, que està format pels elements patrimonials que representen deutes o obligacions pendents de pagament amb persones o entitats alienes.
- El net patrimonial, que conté el valor dels fons que aporten la persona emprenedora, l'equip fundador o els accionistes, així com els recursos generats no distribuïts.

**(Model 5)**