



PLAN DE EMPRESA DE (NOMBRE DEL EMPRENDEDOR/A)

ACTIVIDAD

EMPRENDEDOR/A

.....

N.I.F.

*Asesorado/a por (Nombre del técnico/Ca) Del Ayuntamiento de Sant Joan Despí
Entidad Acreditada 0104/0055*

SERVICIO AUTOEMPRESA

El plan de empresa se debe considerar un documento fundamental a la hora de exponer vuestra idea empresarial.

El hecho de darle forma de documento a esta idea os permitirá reflexionar y desarrollar aspectos de vuestro proyecto que ya habíais considerado y también aquellos que no se habían tenido en cuenta inicialmente.

La elaboración del plan de empresa será también la vuestra tarjeta de presentación por acceder a la búsqueda de financiación por parte de entidades bancarias, de nuevos socios, de subvenciones, de ayudas diversas a (premios, etc.)

El plan de empresa debe ser un documento de fácil comprensión para cualquiera persona que se interese en leerlo. Debéis pensar que con su lectura deben quedar claras todas vuestras ideas y perspectiva empresarial. El hecho de utilizar expresiones sencillas no desmerecerán ni la actividad a la que os queráis dedicar ni vuestra capacidad emprendedora.

Un Plan de empresa **NO** debe ser escrito por una persona ajena al proyecto.

Es conveniente tener precaución en todas las gestiones que se vayan realizando a lo largo de todo el proceso de maduración del proyecto, así como de la puesta en marcha de la empresa, no adelantándose inadecuadamente a los hechos y consultando las dudas que surgan tantas veces como sea necesario.

Direcciones de Interés:

Web de Promoción Económica de Sant Joan Despí

www.sjdespi.net/promodespi

Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial

www.cidem.com

Pàgina web de la Generalitat de Catalunya

www.gencat.net

El portal del emprendedor

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 razones para el plan de empresa:

1. Poner por escrito tu idea empresarial o proyecto.
2. Verificar si dispones de toda la información necesaria para realizar el proyecto, o si falta algún dato importante.
3. Ordenar sistemáticamente las ideas con el fin de obtener una visión de conjunto.
4. Ampliar y mejorar el proyecto.
5. Comprobar si las hipótesis consideradas son válidas.
6. Aprender a gestionar tu proyecto y conseguir una implicación más a fondo del promotor/a.
7. Analizar la viabilidad del proyecto con la finalidad de reducir el margen de riesgo que supone la inversión inicial.
8. Decidir si se emprende el proyecto o no, teniendo en cuenta todas las variables.
9. Presentar un dossier sólido descriptivo del proyecto para solicitar ayudas públicas o soporte financiero.
10. Tener una guía de todos los elementos del proyecto para poder tomar decisiones correctas cuando se haya puesto en marcha.

MODELO DE GUIÓN PARA REALIZAR UN PLAN DE EMPRESA

1.- PERSONA EMPRENDEDORA O EQUIPO FUNDADOR

- Presentar la persona emprendedora o los miembros del equipo fundador. Explicar las motivaciones que dan origen a la creación de la empresa.
- ¿Cuáles son vuestros objetivos personales para querer montar una empresa? (desarrollar profesional un hobby, salir del paro, cambiar de trabajo, etc.)
- Valoración del proyecto en su globalidad: Se deben detectar todos los factores que pueden afectar negativamente a la empresa (Debilidades que conducen a Amenazas). Por ejemplo: la falta de clientes puede conducir a un número de ventas insuficiente, así como aquellos que pueden favorecer e impulsar positivamente el inicio de nuestra actividad (Fortalezas que conducen a Oportunidades). Por ejemplo: la experiencia en el sector en que queramos iniciar nuestra actividad puede conducir a una oferta de productos bien elaborados y de calidad. A partir de este análisis se deben valorar posibles planes de mejora.
- Currículum del emprendedor/res (indicar cuáles creéis que son las vuestros mejores calidades, aptitudes y habilidades.

2.- PLAN DE MARKETING

2.1. En cuanto al análisis del entorno:

- ¿Cuáles son las necesidades de los clientes a los que nos dirigiremos?
- ¿Existe alguna evidencia sobre las motivaciones de compra de nuestro producto por parte de los clientes potenciales?
- ¿Cuáles son las razones de su existencia y cuanto tiempo se prevé que dure?
- Describe las características más importantes de nuestro servicio o producto.
- Detallar el entorno general y el mercado en el cual la empresa mantendrá la actividad principal, así como los clientes potenciales y la competencia.

2.2. En cuanto a las políticas de marketing:

- Proporcionar la información referente a la comercialización del producto o servicio.
- Detallar desde el punto de vista comercial qué producto o servicio se quiere vender, cómo se dará a conocer, cómo se hará llegar al cliente y qué precio se venderá, así como, si hace falta, el servicio preventa o postventa que se quiere ofrecer.
- Hacer la previsión de ventas.
- Indicar la estrategia general de marketing a seguir para alcanzar las previsiones de venta marcadas (combinación de políticas de producto, de

comunicación, de distribución, de precio y de servicios complementarios) y el coste.

2.3. Análisis de mercado

Estudio de los clientes potenciales y de la competencia, haciendo especial énfasis en:

- Zonas geográficas donde se prevé comercializar el producto o servicio.
- Cálculo del volumen de mercado.
- Tasa de crecimiento del mercado.
- Análisis de las barreras de entrada existentes, los productos o servicios sustitutivos y las tendencias futuras previstas del mercado en cuestión.

En cuanto a los clientes potenciales, ¿será necesario definirlos de la forma más precisa posible, así como definir su perfil respondiendo a los siguientes puntos:

- ¿cuáles son mis clientes potenciales?
- ¿cuál es su poder adquisitivo?
- ¿cuáles son sus necesidades y motivaciones de compra?
- ¿Por qué comprarán nuestro producto o servicio?

En cuanto a la competencia:

- ¿Quiénes serán nuestros competidores directos actuales?
- ¿Dónde están ubicados?
- ¿A qué clientes se dirigen, qué productos y servicios comercializan nuestros competidores?
- ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de los competidores en relación a nuestra empresa?

2.4. Política de comunicación

Se definirán el producto o servicio comercializado de forma precisa considerando:

- Número y tipo de variantes de nuestros productos.
- Calidad
- Marca
- Envase
- Diseño
- Aspectos innovadores
- Fase del ciclo de vida del producto o servicio
- Otros

2.5. Política de comunicación

Se describirán los medios más adecuados para cada caso particular y las acciones a través de las cuales se dará a conocer nuestro producto o servicio.

2.6. Política de distribución

Se especificará si se utilizará la venta directa o indirecta. En caso de que se trate de venta indirecta se detallarán los canales o vías de distribución a través de las que se hará llegar el producto o servicio al cliente final.

Se especificará el papel de los intermediarios si es necesario.

2.7. Política de precios

- Se detallará la estrategia de precios más adecuada a nuestra empresa, con la finalidad de fijar el precio de venta del producto o servicio.
- Se concretará el método seguido en la fijación de precios (a partir de costes fijos y variables, a partir de la demanda o a partir de los precios de la competencia), el sistema de descuentos y de tarifas, el termino y la forma de pago.

2.8. Política de servicios asociados

Se concretará, si es necesario, el tipo de servicio asociado que la empresa puede ofrecer al cliente, tanto antes de la compra del servicio o producto como después de esta.

3. PLA DE PRODUCCIÓ DE OPERACIONES

El objetivo de este apartado sería:

- Concretar los aspectos relacionados con el proceso de producción o detallar el conjunto de operaciones que se requieren en el caso de tratarse de un servicio.
- Describir los recursos necesarios para llevar a cabo la actividad de la empresa, así como la política de aprovisionamiento.
- Determinación del coste del producto o servicio.
- Indicar la tecnología aplicada, la gestión de la calida, las medidas de protección en el trabajo y las cuestiones medioambientales, cuando sea necesario.

En el caso de la prestación de un servicio será necesario detallar las características más importantes de la prestación del mismo, considerando aspectos como:

- ¿Con qué frecuencia se prestará el servicio?
- ¿Cuánto tiempo se necesita para la prestación de cada servicio?
- ¿cuál será la apariencia interna del local o el establecimiento donde se llevará a cabo el servicio? (decoración, ambiente, tamaño, distribución interior, et.).
- ¿Con qué personal tendremos que contar?

3.1. Recursos materiales: equipamiento y estructura.

- Local necesario para el desarrollo de la actividad.
 - ¿Se deben realizar reformas, adecuaciones, etc.(hacer una valoración tanto de la distribución del local como de las instalaciones y adecuación de maquinaria, herramientas, etc. Que hagan falta).
 - Valoraréis la necesidad de implantar algún sistema de gestión de calidad? Si es así indicad cuáles.
 - Valoráis la necesidad de conocer algunas de las buenas prácticas medioambientales que podéis llevar a cabo en vuestra actividad (ahorro de agua, gestión de residuos, ahorro de recursos energéticos, etc.) ***si no se ha tenido en cuenta este aspecto podéis dirigiros a la persona experta en medio ambiente de nuestro departamento.**

- Valoráis la necesidad de aplicar medidas de seguridad e higiene en la actividad que desarrollaréis (requisitos legales, normativa, permisos que afecten al local y a la actividad).

3.2. Determinación del coste del producto o servicio.

Se establecerán los costes previstos asociados a la actividad que desarrollará la empresa, distinguiendo entre otros los costes fijos (no dependen del volumen de ventas realizadas) y los costes variables (varían en relación directa al número de unidades vendidas).

En el PLAN ECONÓMICO FINANCIERO se profundizará más este paso.

4.- PLAN DE ORGANIZACIÓN

Tratándose de una empresa de nueva creación este tipo de aspecto tiene una importancia relativa en el conjunto del Plan de empresa, aunque no debemos menospreciar su importancia.

5. PLAN JURÍDICO Y FISCAL

Especificar la forma jurídica que tendrá la nueva empresa, así como todos los aspectos legales relativos a su constitución y a su actividad diaria.

Una vez elegido el nombre comercial de nuestra empresa, se especificará la forma jurídica adoptada, justificando las razones de esta elección.

Las formas jurídicas más habituales son las siguientes: empresario individual, sociedad civil sociedad limitada, sociedad anónima y cooperativa.

Se hará un listado de los trámites necesarios para la constitución legal de la empresa bajo la forma jurídica escogida, elaborando un calendario para su legalización. Se indicarán también los permisos, las licencias y la documentación contable oficial necesaria para la gestión de la empresa.

Contratación

Se describirán, si es necesario, los tipos de contratos que se realicen, detallando las características más relevantes así como los costes laborales para la empresa.

Obligaciones fiscales y cobertura de responsabilidades

Se detallarán las obligaciones fiscales que incidan en el desarrollo de la actividad de la empresa.

- Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF)
- Impuesto sobre sociedades (IS).
- Impuesto sobre el valor añadido (IVA).
- Otros impuestos.

También se considerarán los seguros obligatorios requeridos para la actividad de nuestra empresa, así como otro tipo de coberturas no obligatorias.

Marcas y Patentes

Se indicará si el nuestro producto o servicio es susceptible de obtener algún tipo de protección legal, explicando las características.

Los símbolos distintivos de la empresa se protegerán mediante la legalización de las marcas, los nombres comerciales y los rótulos de establecimiento.

Para la protección de invenciones industriales se podrán utilizar las patentes y los modelos de utilidad, y para proteger nuevas formas del producto se utilizarán los modelos y los dibujos industriales.

7. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

Necesitamos saber con la mayor exactitud posible a cuánto ascenderá el total de la inversión que requerirá nuestra actividad.

La inversión se realizará en Inmovilizado material (terrenos, edificios, maquinaria y utillaje, elementos de transporte, gastos de constitución, de primer establecimiento, de promoción publicitaria), inmovilizado inmaterial (elementos intangibles como por ejemplo patentes), Activo circulante (inversiones a corto plazo como por ejemplo las existencias, las cuentas pendientes de cobrar, las pendientes de pagar y el dinero de que debemos disponer para afrontar el desarrollo de nuestro negocio y que supone aproximadamente entre el 10 o el 20 por ciento del total de la inversión).

Se deben pedir presupuestos reales de todos los gastos que se incluyan en la inversión inicial.

7.1. Plan de inversiones iniciales

(Modelo 1)

7.2. Plan de financiación

Una vez que conocemos la inversión que alcanza nuestro proyecto debemos valorar la financiación del mismo.

Recursos propios: son los recursos económicos de que disponemos (ahorros, etc.).

Recursos ajenos: son aquellos que nos permiten financiar el proyecto y que debemos devolver a la entidad o persona que lo ha facilitado. Estos recursos pueden provenir de un particular o de una entidad financiera.

(Modelo 2)

7.3. Previsión de tesorería y sistema de cobro a clientes y de pago a proveedores.

Quedará reflejada la previsión de cobros y de pagos, así como las necesidades de dinero que tendrá la empresa en cada momento, con la finalidad de prever desfases que se puedan producir. En este sentido sólo se tendrán en cuenta entradas y salida de dinero. **(Modelo 3)**

7.4. Previsión de la cuenta de resultados.

La cuenta de resultados expresará el beneficio por un periodo determinado a partir de la diferencia entre los ingresos y los costes producidos en dicho periodo. **(Modelo 4)**

7.5. Análisis del punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el volumen de ventas donde el beneficio es nulo. En términos menos técnicos, el punto de equilibrio expresará el número de unidades que tenemos que vender para cubrir todos los costes. Este dato es decisivo para la nueva empresa, tanto desde el punto de vista de la persona emprendedora o equipo fundador como de posibles inversores o prestadores.

Fórmula del punto de equilibrio:

$$Pe = Df / mg$$

Pe= número de unidades para alcanzar el punto de equilibrio.

Cf= costes fijos

Mg= margen bruto de contribución = (precio de venta – costes variables)

- Costes variables: varían en función del nivel de la actividad de la empresa (del número de unidades vendidas). Por ejemplo: compra de materias primas, carburante, etc.
- Costes fijos: son independientes del nivel de actividad de la empresa: Por ejemplo: salarios del personal, alquiler, etc.
- Margen bruto de contribución: es la diferencia entre el precio de venta unitario y los costes variables unitarios.

7.6. Balance de situación

Expresará la situación patrimonial de la empresa en un momento determinado del tiempo, y vendrá determinado por:

- El activo, que agrupa los elementos patrimoniales que representan bienes y derechos de propiedad de la empresa.
- El pasivo, que está formado por elementos patrimoniales que representan deudas o obligaciones pendientes de pago con personas o entidades ajenas.
- Neto patrimonial, que contiene el valor de los fondos que aportan la persona emprendedora, el equipo fundador o los accionistas, así como los recursos generados no distribuidos. **(Modelo 5)**