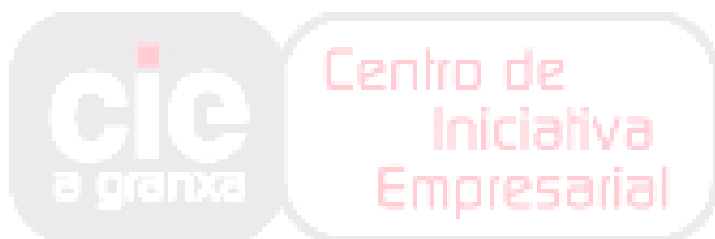


GUIÓN BÁSICO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE EMPRESA



ÍNDICE

- EL EQUIPO PROMOTOR
- LA IDEA EMPRESARIAL
- ANÁLISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO
- ANÁLISIS DEL MERCADO
- POLÍTICA COMERCIAL
- PLAN DE OPERACIONES
- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

EQUIPO PROMOTOR

DATOS BÁSICOS PROMOTOR/ES

- **Nombre y apellidos.**
- **Domicilio-Población -Código Postal.**
- **Teléfono/ E-mail.**
- **Titulación académica.**

EXPERIENCIA LABORAL/ EMPRESARIAL

DATOS SOBRE LA EMPRESA

Nombre de la empresa

Estado en que se encuentra la empresa. Fecha estimada de constitución.

Forma jurídica

2. LA IDEA

2.1. Descripción de la Idea Empresarial

En este apartado sólo se pretende hacer una breve introducción a la idea de negocio.

2.2. Origen de la idea.

Si es posible indicar algunos datos de referencia de cómo surgió la misma, como resultado del trabajo de los años.

2.3. Elementos innovadores de este proyecto con respecto a lo existente en el mercado

Todo lo que la empresa va a ofrecer y que no se encuentra presente en otras (ej: mantenimiento preventivo, empleo de determinados programas informáticos...)

3. ANÁLISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1. Descripción del producto o servicio ofertado por tu empresa

En este apartado si que es necesaria una descripción más detallada, parándose en todos las funciones que se van a realizar en la empresa (gestión, almacenamiento...)

3.2. Necesidades que satisface tu producto o servicio

3.3. Ventajas competitivas del producto/servicio frente a los de la competencia

Que ventajas ofrece el servicio con respecto a lo que hay actualmente en el mercado, no hace falta que se incluyan únicamente aspectos innovadores

3.4. Nivel tecnológico del producto/servicio

4. ANÁLISIS DE MERCADO

4.1. Clientes de tu producto o servicio. Características.

A quién va a estar destinado el servicio, citando algunos de ellos para que sirvan de referencia e indicando la actividad a la que se dedican.

4.2. Necesidades insatisfechas que el producto o servicio trate de cubrir

4.3. Competencia. Puntos Fuertes y Débiles

Cuales son los principales competidores aunque no presten exactamente los mismos servicios.

4.3.1. Diferencias con la Competencia

4.4. Tamaño de Mercado. Cuota de Mercado

Esto se refiere al mercado en el que va a operar la empresa y dentro de ese mercado que porcentaje le puede corresponder dentro del sector en el que opera (en %, ingresos...; aproximadamente)

4.5. Distribución Geográfica de los Clientes

Si es también a nivel Internacional indicar algún país de referencia

4.6. Análisis general del sector en el que opera la empresa

Cómo se encuentra en estos momentos el sector y que aspectos le pueden afectar.

Influencia de las futuras tendencias del ámbito político, económico, técnico y social en el negocio (inflación, tipos de interés, cambios en hábitos de consumo...)

5. POLITICA COMERCIAL

5.1. Fijación de los precios del producto/servicio

En que se va a basar la empresa para fijar los precios del servicio: en el precio de la competencia, en una mayor calidad del servicio, en obtener un margen sobre los costes, etc...

5.2. Formas de dar a conocer el producto o servicio

Qué métodos se van a emplear para dar a conocer el servicio. (visitas a clientes, página web, revistas, publicaciones, o cualquier otro tipo de publicidad), y cómo se van a llevar a cabo estas acciones.

5.3. Cómo se va a distribuir el producto.

Se refiere al camino que sigue el servicio/producto desde que sale de la fábrica hasta que llega al consumidor final.

5.4. Volumen de ventas propuesto como objetivo para los tres primeros años de funcionamiento de la empresa.

Indicar aquellos servicios que van a producir ingresos y la cuantía de los mismos, desglosando cada uno de ellos (gestión, mantenimiento...)

CONCEPTO	2008	2009	2010
1ª Servicio/Producto			
Previsión de Ventas uds			
Precio de venta unitario €			
Importe de las ventas €			
Periodo Medio Cobro (días)			
2ª Servicio/Producto			
Previsión de Ventas (uds)			
Precio de venta unitario €			
Importe de las ventas €			
Periodo Medio Cobro (días)			
3ª Servicio/Producto			
Previsión de Ventas (uds)			
Precio de venta unitario €			
Importe de las ventas €			
Periodo Medio Cobro (días)			

6. PLAN DE OPERACIONES

6.1. Pasos que componen el proceso de producción que se debe seguir para obtener el producto o servicio

Descripción de las distintas etapas que van a formar parte del desarrollo del producto o la prestación del servicio. Explicar los pasos ordenados de la cadena de trabajo.

6.2 Proveedores

Quien le va a suministrar todo los elementos que necesite la empresa para su funcionamiento. Poner algún ejemplo.

Plazos de pago.

6.3 Personas necesarias a contratar en la empresa. Salarios

Indicar el número de personas que van a trabajar en la empresa y la función que va a desarrollar cada una de ellas en la misma

CONCEPTO	2008	2009	2010
Categoría 1: (indicar puesto)	Titular	Titular	Titular
Nº personas	1	1	1
Salario base			
Seguridad Social (Autónomo)	2.515,44		
Total coste personal categoría 1			
Categoría 2: (indicar puesto)			
Nº personas			
Salario base			
Seguridad Social (33% s/salario base)			
Total coste personal categoría 2			
Categoría 3: (indicar puesto)			
Nº personas			
Salario base			
Seguridad Social (33% s/salario base)			
Total coste personal categoría 3			
TOTAL COSTE DE PERSONAL €			

6.4 Tareas externalizadas:

Este apartado se cubre si se subcontratan parte de los servicios que realiza la empresa. En el caso de que así sea, indicar de que tipo.

7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Inversión inicial para la puesta en marcha de tu negocio.

CONCEPTO	2008	2009	2010
Gastos de constitución			
Gastos notariales			
Inscripciones Registro			
Inmovilizado Inmaterial			
Aplicaciones informáticas			
Patentes			
Marcas			
Terrenos			
Construcciones			
Maquinaria y Equipos			
Maquinaria			
Herramientas y utensilios			
Elementos transporte interno			
Mobiliario			
Equipos Informáticos			
Elementos de transporte			
Existencias iniciales			
Envases y embalajes			
Provisión de fondos			
Otros			
TOTAL			

Financiación de esta Inversión Inicial

CONCEPTO	2008	2009	2010
APORTACIÓN DE CAPITAL			
PRÉSTAMOS LARGO PLAZO. Importe			
Coste Financiación a Largo P. (%)			
Años amortización préstamo			
Años carencia préstamo			
AVAL SOCIEDAD GARANTÍA RECÍPROCA			

Costes fijos.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
1^a Servicio/Producto			
Uds producidas			
Precio ud producida			
Otros costes variables unitarios			
Importe de los costes variables.			
Periodo Medio Pago (días)			
2^a Servicio/ Producto			
Uds Producidas			
Precio unidad			
Otros costes variables unitarios €			
Importe de los costes variables			
Periodo Medio Pago (días)			

Costes variables.

CONCEPTO	2008	2009	2010
Alquileres			
Servicios de profesionales independientes(Asesorías)			
Publicidad, Promoción y Relaciones Públicas			
Dietas y gastos de viajes			
Seguros			
Material de oficina			
Teléfono			
Correo y mensajería			
COSTES DE ESTRUCTURA TOTALES €			

Resultados Económicos

<u>EJERCICIO</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>
INGRESOS EXPLOTACION			
GASTOS EXPLOTACION			
RESULTADO EXPLOTACION			
RESULTADO DEL EJERCICIO			

Cuenta de Resultados

CUENTA RESULTADOS	2008	2009	2010
+ INGRESOS			
+ SUBVENCIONES EXPLOTAC.			
= INGRESOS DE EXPLOTACIÓN			
- COMPRAS Y OTROS COSTES VENTA			
+/- VARIAC. EXISTENCIAS			
- GASTOS PERSONAL			
- GASTOS EXPLOTACIÓN			
- AMORTIZACIONES			
- DOTAC. INSOLVENCIAS			
=RESULTADO DE EXPLOTACIÓN			

GUIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE EMPRESA

+ INGRESOS FINANCIEROS			
- GASTOS FINANCIEROS			
=RESULTADO FINANCIEROS			
- OTROS GASTOS			
= RESULTADO ANTES IMPTOS.			
- IMPUESTOS			
RESULTADO DEL EJERCICIO			
CASH - FLOW			