

Guión de Plan de Empresa Certamen "Aprendiendo a Emprender"

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
CÓMO SURGE LA IDEA DE NEGOCIO
EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD
PERFIL DE LOS PROMOTORES
VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA

PLAN DE MARKETING

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO
ANÁLISIS DEL MERCADO
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
MARKETING MIX
IDENTIDAD CORPORATIVA

PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
CALIDAD
EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA
SEGURIDAD E HIGIENE
MEDIO AMBIENTE

INNOVACIÓN

INNOVACIÓN QUE PRESENTA EL PROYECTO

PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS
ORGANIGRAMA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ÁREA JURÍDICO-FISCAL

DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA
OBLIGACIONES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD
PATENTES Y MARCAS
PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

PLAN DE INVERSIONES
PLAN DE FINANCIACIÓN
SISTEMA DE COBRO A CLIENTES, DE PAGO A PROVEEDORES Y DE STOCKS
CUENTA DE EXPLOTACIÓN
BALANCE



"APRENDIENDO A
EMPRESAR"



Ajuntament d'Onda



PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Se trata de que hagas una breve descripción de la actividad, así como de su grado de desarrollo en el momento actual, y la innovación/diferenciación que presenta frente a la competencia.

COMO SURGE LA IDEA DE NEGOCIO

Las buenas ideas, las oportunidades de negocio, pueden provenir de fuentes muy diversas que en muchas ocasiones tenemos muy cerca de nosotros. En este apartado deberás describir qué oportunidades has visto en el mercado y qué te ha motivado para desarrollar tu idea de negocio.

EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD

Se trata de que hagas un breve resumen de la evolución del proyecto, es decir, ¿cómo surgió la idea de crear el negocio?

También debes explicar el proceso desde que la idea nació hasta el momento actual, concretando quiénes fueron los promotores y el grado de implicación de cada uno de los participantes del proyecto. Es interesante resaltar el tiempo que habéis necesitado para madurar la idea y llegar al grado de desarrollo conseguido hasta hoy.

Indica también, los problemas más significativos que se te han planteado durante el desarrollo del proyecto hasta ahora.

PERFIL DE LOS PROMOTORES

Breve presentación de los promotores de la idea, adjuntando el currículum vitae de cada promotor para demostrar que el equipo está equilibrado y puede afrontar todas las áreas del proyecto con total seguridad.

VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA

Describe de forma clara y breve el conjunto del proyecto, resaltando los aspectos positivos, los puntos fuertes y la coherencia entre todas las áreas de gestión.

- Valoración global del proyecto.
- Aspectos más atractivos del mismo.

PLAN DE MARKETING

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

- Definición del producto o servicio que va a ser objeto de nuestra actividad, sus usos y necesidades que cubren.
- Características innovadoras/diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia.
- Cómo han evolucionado hasta el momento actual y cómo se prevé que evolucionen en el futuro (se podría prescindir de este apartado).

ANÁLISIS DEL MERCADO

- Mercado geográfico (zonas donde se piensa ofrecer los productos y/o servicios).
- Estado actual del mercado y posible evolución o tendencia futura.
- Análisis de clientes, compradores y consumidores: definición y perfil.
- Segmentación del mercado.

El mercado debe estar delimitado y segmentado, es decir, subdividido en submercados, grupos de clientes o compradores homogéneos con características de compra comunes, de los que será preciso conocer sus necesidades.

La segmentación en grupos se puede realizar en base a una o varias variables, podemos utilizar variables como sectores industriales, de actividad, geográficos, demográficos, de renta, etc.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- Descripción de las empresas de la competencia desde diferentes perspectivas (dimensión, medios humanos, zona de influencia, estructura organizativa, abanico de productos, prestigio, etc.)

- Análisis de los puntos fuertes y débiles de tu empresa y de la competencia directa.

PROPIOS Puntos Débiles	COMPETENCIA Puntos Débiles

PROPIOS Puntos Fuertes	COMPETENCIA Puntos Fuertes

2.4. MARKETING MIX

El Marketing Mix es el uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente. Estas herramientas son conocidas también como las **Cuatro P**:

Producto, Precio, Distribución y Promoción



IDENTIDAD CORPORATIVA

Documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquéllos que se mostrarán al público.

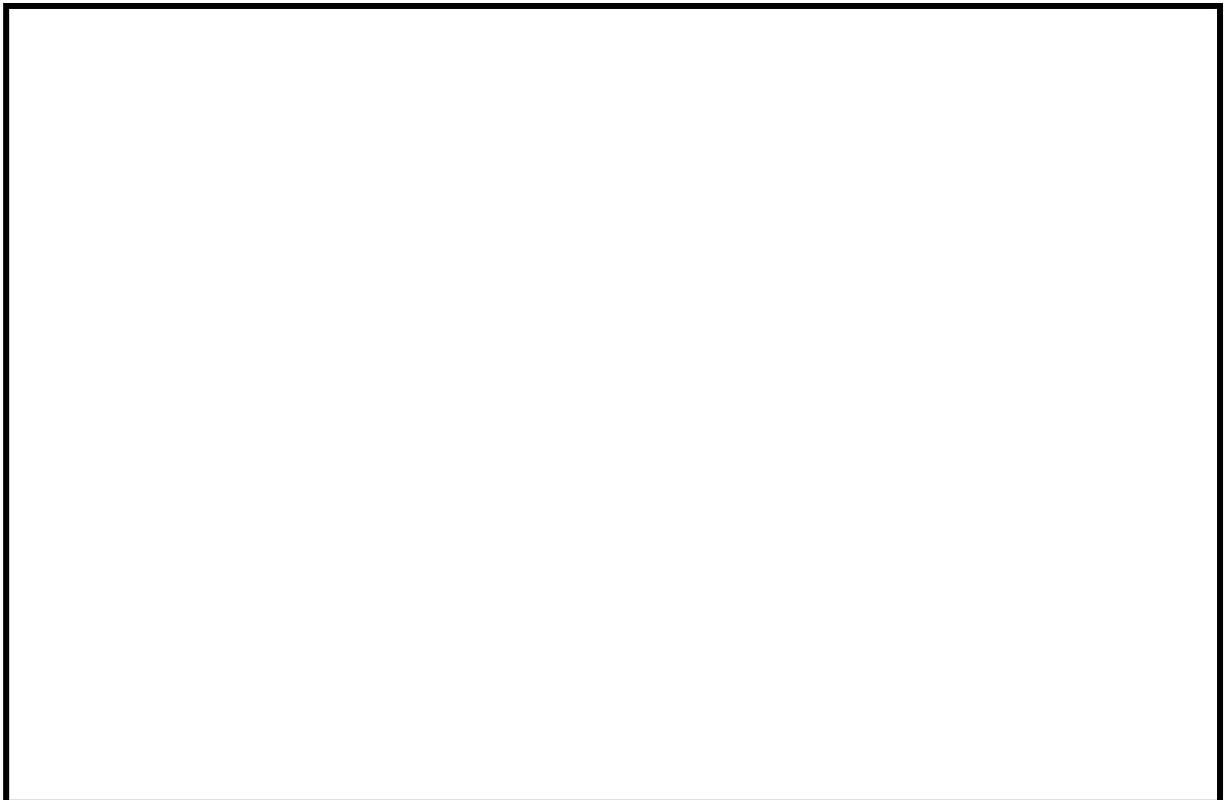


PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

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.

PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- Proceso de elaboración de los productos y/o servicios.
- Tecnología aplicada.
- Gestión de stocks.
- Calcular el Umbral de Rentabilidad: el Umbral de Rentabilidad es aquel volumen de ventas que cubre los costes de producción (costes fijos y costes variables), es decir, es el volumen de producción por encima del cual la empresa empieza a obtener beneficios.



CALIDAD

- Control de calidad

Indica cómo piensas llevar a cabo el control de calidad de tus productos o servicios, así como la forma de detectar mejoras en todos los niveles de la empresa.

EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA

- Maquinaria, herramientas y mobiliario.
- Locales e instalaciones.
- Medios de transporte.

SEGURIDAD E HIGIENE

Indica qué tipo de medidas son necesarias adoptar respecto a la seguridad e higiene laboral, para llevar a cabo la actividad.

MEDIO AMBIENTE

- Variables medioambientales

Son aquellas variables que inciden de forma positiva o negativa en el medio ambiente, según la actividad de cada empresa y según su concienciación medioambiental.

- *Ruido*

- ¿Tu empresa genera unos niveles de ruido dentro de los niveles permitidos?
- ¿Se toman medidas para disminuir el nivel de ruido?

- *Contaminación*

- ¿Tu empresa desarrolla una actividad contaminante?
- ¿Esta actividad produce residuos o vertidos nocivos para el medio ambiente?
- ¿Cuáles son los niveles de contaminación (si los hay) de tu empresa?

- *Reciclaje*

- ¿Tu empresa contribuye a la conservación del medio ambiente mediante el reciclaje de papel, vidrio, plástico, etc.?
- ¿Cuáles son las medidas tomadas para evitar el almacenamiento de residuos tóxicos y peligrosos (R.T.P.)?

- Gestión medioambiental

Se trata de establecer si tu empresa es capaz de adaptarse de manera específica a los cambios exigidos en materia medioambiental. Cumplimiento de normativa en este campo.

INNOVACIÓN

INNOVACIÓN QUE PRESENTA EL PROYECTO

En este apartado se trata de concretar en qué aportamos el valor diferencial de la nueva actividad empresarial a través del grado de innovación.

La innovación ha dejado de ser algo ajeno a la actividad de la empresa, un departamento estanco y debemos entenderla como un enfoque integral, al entender que la innovación es resultado de un conjunto de elementos en permanente interacción.

Estos elementos, llamémosles "facilitadores" de la innovación, son:

- Una cultura de empresa que favorezca y promueva la innovación
- Una organización de empresa que permita de forma fluida el desarrollo de la creatividad y de las innovaciones
- Un liderazgo ejercido por la dirección que estimule y apoye de forma directa la innovación
- Unas personas con un perfil de conocimientos, aptitudes y actitudes que posibiliten la creatividad y la innovación
- Un proceso para desarrollar la innovación, bien definido, que sea sistemático y permanente

¿Qué es innovar?

Innovar es crear algo nuevo para satisfacer una necesidad del cliente/consumidor final que le aporte un valor superior (Peter Drucker). En este caso, tendrá éxito en el mercado, luego un indicador definitivo de que algo es una innovación es ofrecer algo nuevo al mercado y que tenga éxito.

Valor = Beneficio (racional + emocional) / Esfuerzo o coste (racional + emocional)

¿Cómo obtenemos un valor superior?

- Aumentando el beneficio y manteniendo o incrementando proporcionalmente menos el esfuerzo
- Disminuyendo el esfuerzo y manteniendo o disminuyendo proporcionalmente menos el beneficio

Podemos resumir los tipos de innovación

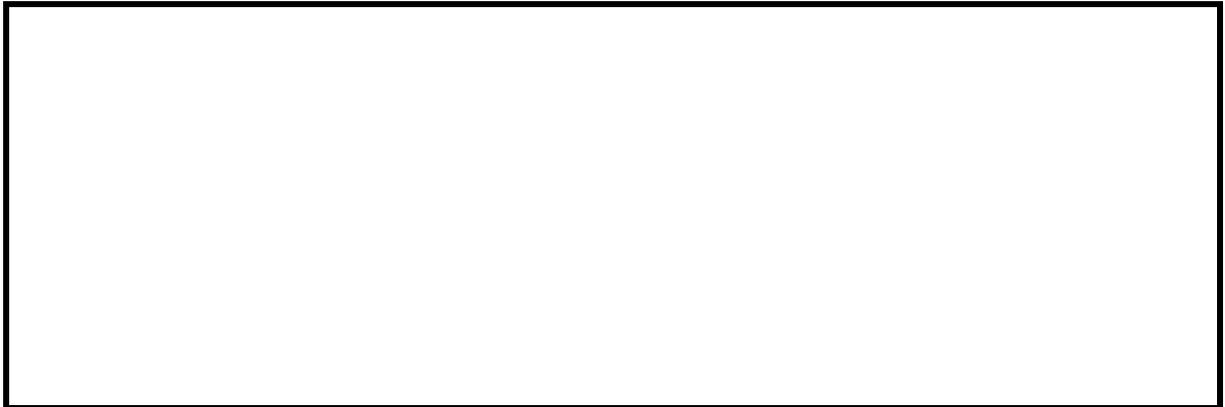
- Innovaciones de mercado
 - o Nueva necesidad-utilidad
 - o Nuevo público objetivo
 - o Nueva ocasión de consumo
- Innovaciones de producto-servicio
 - o Nuevo producto-servicio
 - o Nueva forma de usar o comprar los productos-servicios
 - o Nueva forma de comprar los productos-servicios
 - o Nueva forma de envasar los productos-servicios
- Innovaciones de proceso: comercial o productivo
 - o Proceso de comercialización
 - § Nueva forma de establecer o cobrar el precio
 - § Nueva forma de distribuir los productos-servicios
 - § Nueva forma de comunicar los productos-servicios
 - o Proceso de producción
 - § Nuevo proceso que aporta mayor flexibilidad
 - § Nuevo proceso que aporta mayor productividad
 - § Nuevo proceso que aporta mayor calidad
 - § Nuevo proceso que aporta menores costes

En este apartado trata de justificar y analizar dónde radica la innovación de su proyecto empresarial

PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS

- Definición de funciones a partir de los objetivos del proyecto.
- Reparto de funciones (justificar según los currículum y la experiencia profesional).
- Organigrama.
- Gestión y dirección (toma de decisiones).
- Perspectivas de evolución de la plantilla.



ORGANIGRAMA

En este apartado deberás representar gráficamente la estructura de la organización.

Tiene que ser fácil de entender y sencillo de utilizar.

Para ello deberás representar las estructuras departamentales y hacer un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de la organización.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Comportamiento de la empresa con sus grupos de interés (stakeholders), respeto a los valores éticos, las personas, comunidades y el medio ambiente.

Clientes
Empleados
Proveedores
Sociedad en general...

Es importante para una visión a largo plazo del proyecto empresarial la generación de confianza con los principales interlocutores de la empresa, que generará valor en términos económicos, sociales y medioambientales.

Ejemplo:

Clientes:

Calidad en el trato

Políticas de fidelización

Empleados:

Iniciativas para favorecer la conciliación trabajo-familia

Política de remuneración a empleados

Desarrollo de canales de promoción interna

Formación

Proveedores:

Mejora cadena de producción

Formación

Condiciones pago...

Sociedad:

Mejora de la realidad socio-económica donde interactúa

Colaboración en obras sociales

Transparencia informativa



ÁREA JURÍDICO-FISCAL

DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Especifica el proceso de análisis que te ha llevado a elegir una determinada forma jurídica o a preferirla a otras, indicando también los aspectos que hacen referencia a los gastos de constitución, al proceso de tramitación, y otros aspectos que desees destacar.

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

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

PATENTES Y MARCAS

- Necesidad de protección legal.
- Marca y registro.

En el caso que tu producto deba estar protegido legalmente, debes hacerlo constar, indicando los pasos que se deben dar o que ya se han dado dentro del proceso de legalización.



"APRENDIENDO A
EMPRESAR"



Ajuntament d'Onda



PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

Indicar los permisos, licencias y documentación contable oficial que se precisen para la gestión de tu empresa.

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

PLAN DE INVERSIONES

Cantidad de dinero necesaria para iniciar la actividad.

INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Edificios, locales y terrenos ₁			
Instalaciones, maquinaria y utillaje ₂			
Otras instalaciones ₃			
Mobiliario y enseres ₄			
Equipos para procesos de información ₅			
Elementos de transporte ₆			
Propiedad Industrial y derechos traspaso ₇			
Aplicaciones informáticas ₈			
Depósitos y fianzas ₉			
Gastos de constitución y puesta en marcha ₁₀			
TOTALES			

ACLARACIONES AL PLAN DE INVERSIONES INICIALES

1.- Edificios, locales y terrenos.

Solamente de compra.

2.- Instalaciones, maquinaria y utillaje.

Todo tipo de máquinas necesarias para la producción, así como los utensilios o herramientas necesarias.

3.- Otras instalaciones.

Importes pagados para la formalización de los contratos de electricidad, agua, gas, teléfono, etc.

Instalaciones eléctricas, gas, calefacción, etc.

Adecuación del local.

4.- Mobiliario y enseres.

Toda clase de mobiliario y equipos de oficina (sillas, mesas, máquinas de escribir, de calcular, encuadernadoras, etc.).

5.- Equipos para procesos de información.

Ordenadores, impresoras y otros conjuntos electrónicos.

6.- Elementos de transporte.

Vehículos, furgonetas, etc.

7.- Propiedad industrial y derechos de traspaso.

Importes pagados por los derechos de arrendamiento de los locales y los importes satisfechos por patentar o registrar la marca y/o el nombre comercial.

8. Aplicaciones informáticas.

Importes pagados para dotarse de programas informáticos, incluidos los que se elaboran por la propia empresa.

9.- Depósitos y fianzas.

Efectivo librado como depósito y/o garantía de cumplimiento de alguna obligación. Por ejemplo, para formalizar un contrato de alquiler, etc.

10.-Gastos de constitución y puesta en marcha.

Todos los gastos necesarios hasta el momento que la empresa inicia su actividad productiva: tasas notariales, impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados, elaboración de memoria y estudios, publicidad de lanzamiento, etc.

PLAN DE FINANCIACIÓN

Fuentes económicas donde se obtiene el dinero para financiar el plan de inversiones inicial o de arranque.

PLAN DE FINANCIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Recursos Propios ₁			
Créditos y préstamos ₂			
Subvenciones ₃			
Capitalización ₄			
Otras fuentes de financiación ₅			
TOTALES			

NOTA. En el caso de tener un crédito, indicar el importe, el período de amortización, plazos de pago, valor de los intereses y valor de la amortización.

ACLARACIONES AL PLAN DE FINANCIACIÓN

1.- Recursos propios.

Ahorros.

Indemnizaciones por despido.

Ayudas de familiares y amigos (sin intereses).

2.- Créditos y préstamos.

Los concedidos por entidades financieras y los provenientes de familiares o amigos, que estén gravados por intereses.

3.- Subvenciones.

Importes recibidos en el momento de iniciar la actividad.

4.- Capitalización.

De las prestaciones por desempleo.

5.- Otras fuentes de financiación.

Cualquier otra cuenta no especificada anteriormente.

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

CIRCULANTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rotación de stocks			
Plazo cobro ventas (días)			
Plazo pago compras (días)			

- 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.
- Cuál es la rotación de las existencias previstas.

CUENTA DE EXPLOTACIÓN

PARTIDAS DE INGRESOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas ₁			
Subvenciones a la explotación ₂			
Otros ingresos ₃			
Ingresos financieros ₄			
Compras ₅			
Variación de existencias ₆			
Servicios externos ₇			
Tributos ₈			
Gastos de personal ₉			
Gastos financieros ₁₀			
Provisiones ₁₁			
Impuestos (%) ₁₂			

ACLARACIONES A LA CUENTA DE EXPLOTACIÓN

INGRESOS

1.- Ventas.

Ventas del producto o servicio que correspondan a la actividad principal.

2.- Subvenciones de explotación.

Subvenciones recibidas a fondo perdido para compensar déficits de explotación.

3.- Otros ingresos.

Ingresos obtenidos por actividades no principales de la empresa.

4.- Ingresos financieros

Ingresos derivados del capital mobiliario; dividendo de acciones, intereses de cuentas corrientes, etc.

GASTOS

5.- Compras (Las empresas de servicios no cumplimentarán este apartado)

Compras que se hagan a lo largo del ejercicio y que formen parte del proceso productivo.

6.- Variación de existencias (Las empresas de servicios no cumplimentarán este apartado)

Diferencia entre existencias iniciales y finales.

7.- Servicios externos

Consumos de agua, luz y gas.

Alquileres, tanto de locales o despachos como de maquinaria.

Primas de seguros de todo tipo, excepto de Seguridad Social.

Mantenimiento y reparaciones, gastos derivados de la conservación de inmovilizado material (maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.)

Transportes.

Servicios de profesionales independientes (asesorías, gestorías, etc.)

Material de oficina (papel, fotocopias, etc.)

Comunicaciones (teléfono, correos, etc.)

Relaciones públicas.

Publicidad y propaganda.

Diversos (material de limpieza, higiene, sanidad, etc.)

8.- Tributos.

Todo tipo de tasas, contribuciones e impuestos locales.

9.- Gastos de personal.

Salarios brutos del personal asalariado.

Gastos sociales.

Salarios de socios o retribución propia en caso de autónomos.

Seguridad Social a cargo de la empresa y/o seguros de autónomos.
Indemnizaciones.

10.- Gastos financieros.

Coste financiero (intereses) de los préstamos concertados.

Descuentos sobre las ventas por pronto pago.

Intereses, comisiones y gastos por descuento de efectos (letras), etc...

11.- Provisiones.

Cantidad destinada a corregir posibles pérdidas o gastos extraordinarios.

12.- Impuestos.

Tipo impositivo aplicable al Resultado.

En el caso de Sociedades será de un 35%.

BALANCE

La posición financiera de la empresa en una fecha determinada se refleja en el Balance de situación. En este documento se sintetizan los derechos, bienes y obligaciones de una empresa valorados en dinero en una fecha determinada. El balance da una idea de equilibrio, de identificación de dos clases de flujos, inversiones y financiaciones.

Las distintas partes homogéneas del mismo, se denominan masas patrimoniales. La relación entre las mismas determina el grado de estabilidad, endeudamiento, solvencia y otras características del equilibrio financiero de la empresa.

Este documento estructura toda la información antes planteada en el Plan de Inversiones y Plan de Financiación, así como el componente final de la Cuenta de Resultados.