

PRINCIPALES PUNTOS A INCLUIR EN EL PLAN DE EMPRESA:

ESTRUCTURA PLAN DE EMPRESA:

1. RESUMEN EJECUTIVO
2. PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROYECTO
3. FORMA JURÍDICA Y ASPECTOS LEGALES
4. PLAN DE PRODUCCIÓN
5. PLAN DE MÁRKETING
6. PRESENTACIÓN DE PROMOTORES Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS
7. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

OTROS APARTADOS Y ANEXOS

En esta propuesta de plan de negocios sería necesario desarrollar los puntos anteriores, a continuación presentamos una guía orientativa del contenido que debería incluir cada apartado o subapartado.

1. RESUMEN EJECUTIVO

Se trata de un breve análisis de los aspectos más importantes del plan, se expone justo antes de la presentación y es lo primero, o a veces lo único que lee el destinatario del proyecto, por lo tanto es importante, en pocas palabras, plasmar los aspectos principales de la idea. Se recomienda redactar al final, cuando ya hemos dado contenido a todos los puntos, así será más fácil extraer la información más importante.

En líneas generales, debe contener:

- DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA
- FORMA JURÍDICA
- LOCALIZACIÓN Y BREVE DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES
- NECESIDADES PRINCIPALES EN MAQUINARIA Y EQUIPAMIENTO
- CARTERA DE SERVICIOS QUE OFRECE
- CLIENTES POTENCIALES
- HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN
- INVERSIÓN/FINANCIACIÓN

2. PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROYECTO: Estudio de mercado y análisis DAFO de la idea y presentación de producto/s y servicio/s

El objetivo es enmarcar la idea de negocio basándonos en los resultados del estudio de mercado y presentar las diferentes líneas de explotación.

- Introducción: Descripción de la idea de negocio y Análisis DAFO

Consiste en realizar, como segundo punto del plan de empresa, una breve descripción de los antecedentes incluyendo los siguientes puntos:

- **Motivación en la elección y surgimiento de la idea.**
- **Conclusiones del estudio de mercado** realizado previamente. En este subapartado, se resumen los resultados obtenidos tras analizar el entorno socioeconómico, la competencia, las reacciones de los posibles consumidores, etc.
- **Análisis DAFO:** Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del proyecto.

- Breve descripción del producto/servicio:

La concreción de la idea: actividad o sector, producto/servicio y los objetivos del proyecto.

- **Definición** del producto o servicio.
- **Función/es principal/básica** del producto o servicio.
- **Funciones añadidas del producto o servicio:** Funciones del producto o servicio que van a permitir diferenciarnos de la competencia.
- **Categoría** a la que pertenece el proyecto: si se trata de un negocio monoproducto, es decir se ofrece un único producto, o por el contrario se trata de un negocio multi-producto.
- **Líneas de explotación del producto:** cuando se ofrece más de un producto o servicio, es necesario hablar de gama de productos o servicios. Los productos se organizan en subconjuntos que guardan entre sí cierta relación. A esta relación se le llaman líneas de explotación.

3. FORMA JURÍDICA Y ASPECTOS LEGALES

En este apartado concretaremos las normativas que afectarán a la creación y puesta en marcha de la idea empresarial.

- **Forma jurídica por la que optará la empresa**
- **Trámites de constitución de dicha forma jurídica**
- **Otros trámites legales específicos, que haya que realizar para poder desarrollar esa actividad: cumplimiento de normativas, obtención de permisos y licencias, requisitos legales para ejercer la actividad, etc.**

En esta Web podrá consultar la descripción de todas las formas jurídicas así como los trámites de constitución.

4. PLAN DE PRODUCCIÓN

El objetivo de este apartado es hacer constar todos los **aspectos técnicos y organizativos** que intervienen en la elaboración de los productos o en la prestación de servicios recogidos en el Plan de Empresa.

Se definirá el desarrollo y la producción del producto / servicio, describiendo la duración de los trabajos de investigación y desarrollo que llevan a configurar totalmente el producto y las necesidades de inversión en equipo humano y de instalaciones, etc.

Se debe prestar atención preferente a los siguientes aspectos:

- Localización geográfica de las instalaciones, proximidad a las materias primas, accesibilidad de las instalaciones, etc.
- Instalaciones y equipos necesarios.
- Descripción detallada del proceso productivo, desde la recepción de las materias primas hasta el almacenaje y expedición de los productos.
- Capacidad de producción, coste estimado, calendario de las adquisiciones y duración de los procesos productivos.
- Descripción de los procesos del control de calidad, control de inventarios y procedimientos de inspección que garanticen mínimos costes y eviten problemas de insatisfacción en los clientes.

Si es un servicio, al no existir proceso productivo como tal, se hablará de descripción técnica describiendo los procesos y las necesidades técnicas que tenemos a la hora de prestar el servicio concreto.

5. PLAN DE MÁRKETING

El plan de marketing, tiene como objetivo la definición de las estrategias comerciales, que permitan alcanzar la cifra de facturación que recogerá el análisis económico-financiero.

El diseño de este plan comprende cinco elementos: productos / servicios, canales de distribución, precio, publicidad y promoción y previsión de ventas.

- **PRODUCTO/OS O SERVICIO/OS:** En relación al **producto/servicio** hay que tener en cuenta que para introducirlo en el mercado, tenemos que establecer una diferenciación con la competencia, esto podemos hacerlo a través de varias **estrategias de posicionamiento:**
 - Aumentar la calidad del producto/servicio con respecto a los que ofrece la competencia.
 - Ofrecer un mejor precio, teniendo siempre en cuenta nuestros umbrales de rentabilidad.
 - Establecer diferencias novedosas con respecto al resto.

- Ofrecer un valor añadido al producto/servicio: una marca, una mayor garantía, incluso algún periodo gratuito de prueba.
 - Darle un diseño más atrayente.
 - Ofrecer diversidad en la gama de productos.
- **CANALES DE DISTRIBUCIÓN:** Otro de los aspectos a tener en cuenta en relación al producto/servicio es la **distribución** del mismo. Podemos elegir distribuirlo nosotros mismos (es lo más común en el caso de tratarse de un servicio) o elegir unos distribuidores que serán los que finalmente acerquen el producto/servicio al cliente.
- En un caso u otro, la comercialización llevará asociado unos costes a tener en cuenta en el plan económico financiero.
- **PRECIO:** Para fijar un precio es necesario tener en cuenta varios factores:
- Costes del producto o servicio, tanto los directamente asociados al producto/servicio (materias primas y costes de distribución) como los demás gastos fijos y variables de la empresa.
 - Oferta y demanda del producto/servicio. Si esta muy demandado y la competencia es débil, podemos permitirnos subir nuestro margen de beneficio.
 - Precios existentes en el mercado.
- **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**
- **Promoción de ventas:** Incentivos a corto plazo para alentar las compras de un producto o servicio. Un ejemplo característico de esta herramienta de marketing, es por ejemplo el descuento inicial de determinados artículos o el regalo asociado a su compra en determinada época. También se trata de promoción cuando damos más cantidad de producto por el mismo dinero, o cuando por la combinación de compra de determinados artículos ofrecemos un regalo.
 - **Publicidad:** se trata cualquier forma de presentación y reclamo de nuestros productos/servicios. Dentro de la campaña publicitaria podemos incluir:
 - Rótulos y carteles: publicidad exterior.
 - Anuncios a través de medios de comunicación: prensa, radio, Internet y televisión.
 - Correo directo: mailing y buzoneo.
 - Publicidad de la empresa en envoltorios y bolsas.
 - Folletos.
 - ...
- **PREVISIÓN DE VENTAS:** Se trata de prever que número de artículos/servicios se van a vender en cada una de las líneas de explotación, en un periodo de tiempo determinado. Normalmente se hace por meses, durante el primer año sumándole un índice de crecimiento para los años posteriores (en el caso de que hagamos una previsión a 3 o 5 años).

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS Y PRESENTACIÓN DE PROMOTORES

En este apartado presentaremos al equipo humano de la empresa a través del **Organigrama** de la misma. Para esto, previamente habremos de analizar las necesidades de personal que tenemos y establecer como vamos a seleccionarlo.

La plantilla se compondrá fundamentalmente de: los/las promotores/as del negocio (si van a ocupar algún puesto en el mismo) y el personal contratado.

Los recursos humanos de nuestra empresa serán el motor de la misma, por esto, es fundamental que le concedamos la importancia necesaria a la elección de las «piezas» de ese motor y describamos de forma precisa que función van a realizar. Sólo de esta forma, conseguiremos que la empresa funcione adecuadamente.

El **organigrama** es una representación gráfica de los distintos departamentos de la empresa. Refleja la ubicación, rango y funciones que tendrán cada uno de los trabajadores/as (empresarios/as y trabajadores/as contratados/ as) dentro del funcionamiento general de la empresa. Clarificar este Organigrama desde el inicio de la actividad nos evitará desconciertos y ayudará en el proceso de toma de decisiones en el negocio.

Cada ocupación dentro del organigrama corresponde a un **perfil de puesto**.

Un perfil de puesto es una descripción precisa de un puesto de trabajo, englobará: su situación en el organigrama (departamento al que pertenece y rango), las responsabilidades que se le asignarán, las funciones a desarrollar, y los requerimientos competenciales para su ocupación.

Una vez descritos, nos servirán como herramienta:

- Para describir que funciones y que responsabilidades tiene cada miembro del equipo humano de la empresa.
- Como instrumento de selección de personal. Independientemente de la técnica de selección por la que optemos, la decisión debe basarse en la adecuación de la persona al perfil descrito.
-

7. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

En el **Plan económico y financiero** de un proyecto empresarial, se describen los recursos financieros necesarios para poner en marcha el negocio, las fuentes de financiación y sus costes. Tratará también de analizar la rentabilidad y las posibilidades de supervivencia de la empresa a medio y largo plazo. Debe incluir una cuenta de resultados, un balance de situación y un presupuesto de tesorería.

Por último, es interesante, realizar un análisis del punto de equilibrio o umbral de rentabilidad de la empresa, es decir, el volumen de ventas que se realiza, en el que la cual la empresa no obtiene ni beneficios ni pérdidas

APARTADOS DEL PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 1) **PLAN DE INVERSIONES**
- 2) **PLAN DE FINANCIACIÓN**

3) ANALISIS ECONÓMICO FINANCIERO: Cuenta de resultados, balance, cuadro de tesorería, umbral de rentabilidad o punto muerto.

1) PLAN DE INVERSIONES: El plan de inversión responde a la pregunta de cuanto nos cuesta crear la empresa y como vamos a afrontar el gasto, lo componen todos los bienes y derecho necesarios para realizar la actividad, tanto si son de nueva adquisición como si ya se dispone de ellos y se aportan a la empresa.

PLAN DE INVERSIÓN	GASTOS DE ESTABLECIMIENTO /CONSTITUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gastos de constitución de forma jurídica. ■ Gastos de formalización de préstamos. ■ Gastos de proyecto de adecuación ■ ...
	INMOVILIZADO MATERIAL: Valores muebles e inmuebles implicados en el proceso productivo y no destinados a su venta o comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Terrenos ■ Edificios / instalaciones ■ Mobiliario ■ Equipos informáticos ■ Maquinaria y utillaje ■ Elementos de transporte ■ ...
	INMOVILIZADO INMATERIAL: Valores intangibles que la empresa posee, implicados en el proceso y no destinados a su venta o comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gastos en investigación y desarrollo ■ Concesiones administrativas ■ Aplicaciones informáticas ■ Patentes o marcas ■ Canon de entrada en franquicias ■ Derechos de traspaso ■ Fondo de comercio ■ ...
	INMOVILIZADOS FINANCIEROS: Son cuantías depositadas de forma permanentes por diferentes conceptos	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fianzas y depósitos ■ Participación o créditos cedidos a empresas asociadas. ■ Cartera de valores a largo plazo (acciones) ■ ...

PLAN DE INVERSIÓN	<p>ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE EXPLOTACIÓN: Genera liquidez a la empresa para hacer frente a los pagos y a las deudas. Son los activos y recursos de la empresa que serán realizados, vendidos o consumidos dentro del plazo de un año a contar desde la fecha de los estados financieros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Saldo medio en cajas o bancos: previsión de tesorería. Fondo de Maniobra necesario. ■ Saldo medio en existencias de materias primas. ■ Saldo medio en existencias de productos en curso. ■ Saldo medio en existencias de productos / servicios finalizados para su venta. ■ Anticipos dados a proveedores. ■ Facturas / efectos por cobrar a clientes.
	<p>PASIVO CIRCULANTE: Se trata de deudas de la empresa con un periodo de vencimiento inferior a un año.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Deudas a proveedores. ■ Préstamos a corto plazo. ■ Impuestos por pagar. ■ Anticipos que nos hayan concedido. ■ ...
	<p>El activo circulante está directamente relacionado con el proceso de producción, de él dependerá la liquidez de la empresa ya que será el que nos permita la compra de existencias, realizar inversiones a corto plazo, etc.</p>	

2) **PLAN DE FINANCIACIÓN:** Describe la forma de abordar las inversiones necesarias. Por lo general se compondrá de una parte de capital aportado por el/los promotores y otra parte de obtenida a través de financiación ajena, incentivos, etc.

PLAN DE FINANCIACIÓN	CAPITAL PROPIO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Capital social de la empresa ■ Aportaciones dinerarias de socios ■ Etc.
	CAPITAL AJENO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Préstamos a largo plazo ■ Líneas de crédito u otros productos financieros a corto plazo ■ Etc.
<p>Ver recursos de financiación en el punto Incentivos y Recursos Financieros de la Web.</p>		

3) ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO:

- **CUENTA DE RESULTADOS:** Es una relación entre los gastos e ingresos de la empresa previstos para un periodo de tiempo determinado. Nos permitirá conocer si la actividad económica reflejada en los objetivos comerciales de la nueva empresa, va a producir los ingresos suficientes para cubrir todos los gastos, y si se obtendrá algún beneficio de la actividad. También nos permitirá observar cuales son aquellas partidas en las que más se concentra el coste, para que podamos diseñar estrategias efectivas para reducirlo.

CUENTA DE RESULTADOS	INGRESOS (I)	<p>Aquí se reflejarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Ventas (para su cálculo usaremos la previsión realizada en el Plan comercial) ■ Ingresos financieros derivados de intereses por depósitos bancarios o de otras inversiones realizadas. ■ Otros ingresos previstos (ayudas y subvenciones percibidas durante el ejercicio económico)
	GASTOS (G)	<p>Aquí se reflejarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Compras de materias primas a proveedores, para ello habrá que hacer una previsión de compras (en función de las necesidades estimadas en el proceso productivo). ■ Servicios contratados: Alquiler, mantenimiento y reparación, primas de seguro, transporte, publicidad y promoción, servicios encargados a profesionales independientes, gastos de suministro (luz, agua, gas, teléfono,...)... ■ Gastos de personal, Suministros, Alquiler, etc ■ Impuestos. ■ Gastos financieros. ■ Amortizaciones.
	MARGEN BRUTO (MB)	Ventas – Compras (V – C)
	RESULTADO DEL BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (Rb)	Ingresos – Gastos (I – G)
	IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS (IB)	Esta cuantía dependerá de varios factores. Los empresarios tributarán a la Hacienda Pública por un porcentaje de sus ingresos, dependiendo de la forma jurídica que adopten.
	RESULTADO FINAL	(Rb) – (IB)

- **CUADRO DE TESORERÍA:** El cuadro de tesorería es una herramienta viva, que tiene que estar totalmente actualizada con el fin de expresar la realidad de la actividad empresarial desarrollada, reflejando la situación de cobros y pagos.

CUENTA DE TESORERÍA	COBROS (C): Ventas, Capital, Préstamos, etc.
	PAGOS (P): Gastos, Amortizaciones, Impuestos, etc.
	C-P=SALDO DE TESORERÍA

- **EI BALANCE** refleja la situación financiera de la empresa en un determinado momento (generalmente al final del ejercicio económico, a 31 de diciembre). Es como una fotografía de la situación patrimonial de la empresa.

El balance está compuesto por:

BALANCE	ACTIVO	PASIVO
	Recursos (bienes y derechos) que tiene la Empresa para producir.	Fuentes (origen) de financiación de los recursos

- **ANÁLISIS DEL PUNTO MUERTO:** El objetivo es conocer a partir de que cifra de ventas la empresa empieza a obtener beneficios, a través del cálculo del Umbral de Rentabilidad.

$$PM = CF/(PV - CV)$$

CF: costes fijos

PV: precio venta

CV: coste variable

- OTROS PUNTOS A TENER EN CUENTA EN EL PLAN DE EMPRESA

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

- Medidas que facilitan la preservación del medioambiente y que se pondrán en marcha en la empresa.

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ENDÓGENO

- Contribución del proyecto empresarial al desarrollo social y económico del territorio.

POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

- Planificación de la prevención de riesgos laborales en el proyecto empresarial

POLÍTICA DE CALIDAD

- Descripción de la política de calidad (certificación, adscripción a marca de calidad,...).

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- Medidas que contribuyen de forma activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte la empresa, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

MEDIAS DE IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y PERSONAL.

- ANEXOS

En este apartado pueden incluirse documentos tales como:

- Planos
- Currículum de promotores
- Estudio de mercado completo
- Licencias o permisos
- Etc.