

# PLAN DE EMPRESA

---

# MEMORIA PROYECTO

**PROMOTORES/AS:**

# Índice

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

- 1.1. Actividad.
- 1.2. Nombre comercial.
- 1.3. Razón Social.
- 1.4. N.I.F./C.I.F.
- 1.5. Ubicación.
- 1.6. Datos de contacto.

## 2. IDEA Y PROMOTORAS/ES

- 2.1. Origen de la idea y antecedentes.
- 2.2. Curriculum Promotores/as.
  - 2.2.1. Datos personales.
  - 2.2.2. Currículum Vitae.

## 3. ANÁLISIS DEL MERCADO

### ANÁLISIS EXTERNO

#### MACROENTORNO

- 3.1. Características del mercado.

#### MICROENTORNO

- 3.2. Características de la clientela.
- 3.3. Proveedores / as.
- 3.4. Análisis de la competencia.

### ANÁLISIS INTERNO

- 3.5. Promotora
  - Características Personales.
  - Capacidad técnica: formación y experiencia.
  - Capacidad gerencial.
  - Capacidad económica: obtención de recursos.
- 3.6. Actividad Producto /Servicio.
  - Características técnicas.
  - Necesidades que cubre.
  - Ventajas comparativas.

### ANÁLISIS DAFO.

**4. POLÍTICA COMERCIAL: PLAN DE MÁRKETING.**

- 4.1. Definición del producto / servicio.
- 4.2. Precio - ventas.
- 4.3. Distribución.
- 4.4. Comunicación - publicidad.

**5. PLAN DE PRODUCCIÓN.**

- 5.1. Volumen de producción.
- 5.2. Método, sistemas, fases.
- 5.3. Temporalización.
- 5.4. Formas de aprovisionamiento.
- 5.5. Almacenamiento.
- 5.6. Control de calidad.

**6. INFRAESTRUCTURAS.**

- 6.1. Local.
- 6.2. Maquinaria, mobiliario, herramientas.
- 6.3. Transportes.

**7. ORGANIZACIÓN / RR. HH.**

- 7.1. Personal necesario. Funciones y responsabilidades.
- 7.2. Organigrama de la empresa.
- 7.3. Necesidades futuras de personal.

**8. LEGALIZACIÓN.**

- 8.1. Forma jurídica.
- 8.2. Trámites de constitución de la empresa.
- 8.3. Trámites de puesta en marcha.

**9. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO**

- 9.1. Plan de inversión.
- 9.2. Plan de financiación.
- 9.3. Cuenta de resultados.
- 9.4. Plan de tesorería.
- 9.5. Balance provisional.
- 9.6. Ratios.
- 9.7. Otros.

**10. OTROS ASPECTOS.**

**11. VALORACIÓN FINAL DEL PROYECTO.**

## **INTRODUCCIÓN**

El modelo que se presenta no es un modelo cerrado sino que es posible añadir todos aquellos aspectos que se consideren convenientes y que contribuyan a tener una visión más completa de la futura empresa, en particular dentro de los apartados propuestos se puede añadir, aparte de lo contenido en cada uno de ellos, todos aquellos puntos que guarden relación con los siguientes temas y que serán objeto de un desarrollo mayor conforme se vayan abordando los distintos temas que componen el curso:

- Sociedad de la información.
- Perspectiva de género.
- Accesibilidad.
- Medio ambiente.
- Desarrollo local.

El grado de desarrollo de estos puntos dependerá en última instancia de cada proyecto empresarial.

## **1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

- 1.1. ACTIVIDAD**
- 1.2. NOMBRE COMERCIAL**
- 1.3. RAZÓN SOCIAL**
- 1.4. N.I.F./C.I.F.**
- 1.5. UBICACIÓN**  
(Dirección en donde se ubicará la empresa)
- 1.6. DATOS DE CONTACTO:**
  - **NOMBRE Y APELLIDOS**
  - **DIRECCIÓN**
  - **LOCALIDAD**
  - **TELÉFONO**
  - **FECHA NACIMIENTO**
  - **NIF**

## **2. - IDEA Y PROMOTORAS**

### **2.1. - ORIGEN DE LA IDEA Y ANTECEDENTES**

Explicar el origen de la idea; historia del proyecto; pasos dados a día de hoy; motivos por los que tenemos esta idea y la queremos llevar a cabo; valoraciones de terceras personas sobre esta idea: profesionales, amigos/as, familiares, objetivos que se persiguen, influencia que tiene sobre el desarrollo de la zona o si se engloba dentro de los factores de desarrollo endógeno, emplazamiento dentro de una zona rural, si se orienta a sectores masculinizados, etc.

## 2.2. - CURRÍCULUM PROMOTORAS:

Datos a rellenar por cada uno/a de los/as promotores/as, incidiendo en aquellos aspectos de la trayectoria profesional y laboral que tengan mayor relación con la actividad a desarrollar

### 2.2.1. - DATOS PERSONALES

- Nombre y apellidos.
- Edad.
- DNI.
- Domicilio.
- Localidad
- Teléfonos

### 2.2.2. - CURRÍCULUM VITAE

- **FORMACIÓN ACADÉMICA**  
Estudios Realizados.
- **EXPERIENCIA PROFESIONAL**  
Otros conocimientos o actividades relacionadas con la actividad empresarial.

## 3. - ANÁLISIS DEL MERCADO

### ANÁLISIS EXTERNO

#### MACROENTORNO

##### 3.1. - CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Describe el mercado al que vas a pertenecer y en el que vas a competir, su evolución, expectativas de futuro, tendencias, factores políticos y legales, tecnológicos y medio ambientales, económico, etc. Incidencia de tu idea sobre el desarrollo de la zona. Es conveniente que siempre que sea posible se desagreguen los datos por sexo.

#### MICROENTORNO

##### 3.2. - CARACTERÍSTICAS DE LA CLIENTELA

¿Cuál es el tipo de clientela para el que vas a trabajar? Consumidores / as, grandes empresas, administraciones, organizaciones no gubernamentales, personas individuales. En este último caso, describir el tipo de clientes/ as potenciales: sexo, edad, recursos, gustos. Hábitos de consumo y periodicidad de compra de tu posible clientela. Si es posible se desagregarán los datos por sexos.

##### 3.3. - PROVEEDORES / AS

En este punto definiremos quién nos provee y de qué productos; si tenemos contactos con ellos/as; detallamos todo lo relativo a precios, plazos de

entrega, formas de pago, cómo nos van a suministrar los productos, en cuanto tiempo, devoluciones, almacenamiento de productos, existencias en stock. A la hora de establecer nuestros/as proveedores/as se puede valorar positivamente que los/as mismos/as lleven a cabo políticas medio ambientales correctas, así como de recursos humanos en términos de no discriminación de la mujer o de colectivos con alguna minusvalía.

### 3.4. - ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Indica en un listado quién es vuestra competencia, explicando dónde está situada geográficamente, qué tipo de producto o servicios vende, cuáles son sus ventajas y desventajas con respecto al negocio que quieres montar tú . Explica cómo se dan a conocer la competencia en el mercado.

## ANÁLISIS INTERNO

### 3.5. - PROMOTOR/A

- **CARACTERÍSTICAS PERSONALES.**
- **CAPACIDAD TÉCNICA: FORMACIÓN Y EXPERIENCIA.**
- **CAPACIDAD GERENCIAL.**
- **CAPACIDAD ECONÓMICA: OBTENCIÓN RECURSOS.**

### 3.6 - ACTIVIDAD (PRODUCTO/ SERVICIO)

- **CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.**  
Describe las características técnicas de este producto o de la forma de realizar este servicio.
- **NECESIDADES QUE CUBRE.**  
¿Cuál es la necesidad que pretende cubrir tu producto o servicio?.
- **VENTAJAS COMPARATIVAS.**  
¿Qué ventajas crees que tiene el/los producto(s) o servicio(s), qué piensas ofrecer respecto a los que ya existen?  
El/los producto(s) o servicio(s) a ofrecer ¿es algo distinto a los productos o servicios que existen ya en el mercado actualmente?  
¿Cuál es la novedad con respecto al resto?  
¿Recoge aspectos cada vez más valorados por los/as consumidores/as como respeto por el medio ambiente, que favorezca su uso por personas discapacitadas, etc.?

## ANÁLISIS D.A.F.O.

Matriz D.A.F.O.

\*Análisis de las **Oportunidades y Amenazas** que se presentan en el exterior en relación a la actividad que se pretende poner en marcha.

\*Análisis de **Fortalezas y Debilidades** internas que puedan suponer una ventaja o desventaja para el éxito del proyecto.

#### **4.- POLITICA COMERCIAL: PLAN MÁRketing.**

##### **4.1 - DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/ SERVICIO**

¿Qué se quiere vender?, ¿cuál es su nombre?, ¿qué demanda tiene?, ¿cuál es su ciclo de vida?, ¿tiene alguna protección legal?, indicar su rentabilidad, innovaciones tecnológicas que incorpora, servicios preventa, postventa, etc.

##### **4.2 - PRECIO – VENTAS**

Señala el precio que has pensado para tus productos/ servicios comparándolo con el de la competencia y explica cómo has obtenido estos precios (por el lado de la competencia, por los costes, o por el lado de la demanda), políticas de precios, etc.

##### **4.3 - DISTRIBUCIÓN**

¿Has pensado en cómo vas a llegar a tu clientela?. ¿Cuáles van a ser los canales de distribución (venta al por menor, venta al por mayor, almacenista, distribuidores, ventas por correo, venta on-line, etc.). En caso de venta directa: detallar la distribución de espacios y de productos.

##### **4.4 - COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD**

Explicar cuáles son las características y atributos que quieres resaltar de tu empresa, de los productos o servicios que quieres vender, explicar si has pensado el nombre de la empresa y el logotipo.

Explica qué medios vas a utilizar para promocionar tu negocio, cuándo los vas a utilizar y cuánto te van a costar. Ten en cuenta a la hora de fijar este punto, aspectos tales como los distintos medios utilizados por los dos sexos, o que sean adecuados para las distintas personas con discapacidad, junto al hecho que sean medioambientalmente correctos, o la utilización de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (integración con internet). Aplica la perspectiva de género a la hora de elaborar tu publicidad.

#### **5.- PLAN DE PRODUCCIÓN**

##### **5.1 - VOLUMEN DE PRODUCCIÓN**

##### **5.2 - MÉTODO, SISTEMA, FASES.**

##### **5.3 - TEMPORALIZACIÓN.**

##### **5.4 - FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS O MERCADERIAS.**

##### **5.5 - ALMACENAMIENTO.**

##### **5.6 - CONTROL DE CALIDAD.**

Comentar dentro de este apartado sobre las medidas que se piensan adoptar para cuidar el medioambiente.

## **6.- INFRAESTRUCTURAS**

### **6.1 - LOCAL.**

Determina todas las características del local donde la empresa desarrolle su actividad; si es comprado o alquilado; su ubicación y accesibilidad; proximidad a la competencia, proveedores/as y distribuidores/as; requisitos legales; previsión de ampliaciones; reformas; almacén si fuese necesario.

### **6.2 - MAQUINARIA, MOBILIARIO, HERRAMIENTAS.**

Describe sus características, si es compra, alquiler o leasing; sistemas de amortización; cantidad y precio; coste de mantenimiento y reparación.

### **6.3 - TRANSPORTES.**

Describe y cuantifica los elementos de transportes en caso de que fueran necesarios para el desarrollo de la actividad; especifica si se realizará con medios propios o se contratará.

Aquí se puede tener en cuenta aspectos tales como que las infraestructuras que se adquieran sean respetuosas con el medio ambiente (por ejemplo que utilicen energías alternativas, que ahorren energía, etc.), que no favorezcan la masculinización de las profesiones, o que permitan la accesibilidad de personas discapacitadas.

## **7.- ORGANIZACIÓN / RRHH**

### **7.1. - PERSONAL NECESARIO.**

#### **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

El normal desarrollo de la actividad implica un número mínimo de personas, explica cuántas y sus funciones; indica las áreas básicas de trabajo de la empresa; de qué se encargará cada área; quienes son los/as responsables de cada área; sus funciones; retribuciones del personal; horario de trabajo previsto...

### **7.2. - ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**

Dibujar el organigrama de la empresa.

### **7.3. - NECESIDADES FUTURAS DE PERSONAL**

Determina las posibles contrataciones a realizar en los próximos 3 años, indicando qué requisitos deben tener: formativos, técnicos, personales y de experiencia.

-favorecer introducir la perspectiva de género dentro de la política de selección y reclutamiento, así como establecer algún tipo de medida que garantice la posibilidad de reserva de puestos para personas con discapacidad, o una política de formación que favorezca la incorporación de las mujeres a profesiones tradicionalmente desempeñadas por hombres.

## **8. - LEGALIZACIÓN**

### **8.1.- FORMA JURÍDICA**

Determina la forma jurídica decidida para montar la empresa y las razones que lo han motivado.

### **8.2.-TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Define qué trámites realizarás para constituir la empresa.

### 8.3.-TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA:

Define los trámites: licencias, obligaciones y permisos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

## 9. – ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO

- Inversión necesaria
- Amortización
- Financiación
- Previsión de tesorería
- Perdidas y ganancias
- Umbrales de rentabilidad

El **plan de inversión** lo constituye el listado de inversiones necesarias puesta en marcha de la empresa.

El **plan de financiación** consistirá en un listado detallado de los recursos necesarios para hacer frente a las inversiones. Incluye las subvenciones solicitadas.

<b>Estudio Económico y Financiero</b>	
<b>Plan de Inversión</b>	<i>Inversiones necesarias para realizar la puesta en funcionamiento</i>
<b>Plan de Financiación</b>	<i>Recursos propios Recursos ajenos</i>

### 9.1.- Plan de inversión:

<b>INVERSIÓN</b>	
<b>INVERSION</b>	<b>Inicial</b>
<b>Gastos de Establecimiento</b>	- €
Constitución	- €
Puesta en marcha	- €
<b>Inmovilizados Materiales</b>	- €
Edificios, locales y terrenos	- €
Maquinaria	- €
Equipos información	- €
Herramientas y utillaje	- €
Mobiliario y enseres	- €
Instalaciones	- €
Elementos de transporte	- €
<b>Inmovilizados Inmateriales</b>	- €
Patentes y marcas	- €
Derechos de traspaso	- €
Aplicaciones informáticas	- €
<b>Inmovilizados financieros</b>	- €
Depósitos y fianzas	- €
<b>Circulante</b>	- €
Existencias	- €
Tesorería	- €
HP IVA soportado	- €
<b>Total</b>	<b>- €</b>

Se realizarán comentarios sobre:

- Justificación de las inversiones a realizar.

**9.2.- Plan de financiación:**

FINANCIACIÓN	Inicial
<b>Recursos Propios</b>	- €
Aportaciones monetarias de los/as promotores/as.	- €
Aportaciones de los/as promotores/as en especie (bienes y/o derechos)	- €
Subvenciones no reintegrable	- €
<b>Financiación por cuenta ajena (Créditos y/o préstamos)</b>	- €
Corto Plazo	- €
Largo Plazo	- €
<b>Otra</b>	- €
<b>Total</b>	<b>- €</b>

Se realizarán comentarios sobre:

- La capacidad de financiación.
- Relación recursos propios y ajenos.
- Origen y capacidad de aportar fondos propios.

Suma plan de inversión = suma plan de financiación.

**9.3.- Cuenta de Resultados o de Pérdidas y Ganancias Provisional**

La cuenta de resultados refleja el resultado económico de la empresa generalmente durante un periodo de 1 año.

$$\text{Resultados} = \text{Ingresos} - \text{Gastos.}$$

a) INGRESOS procederán principalmente de las ventas de otros ingresos de explotación.

b) GASTOS estarán constituidos por el coste de los materiales consumidos, suministros, gastos de personal, impuestos, gastos financieros, amortizaciones, alquileres y gastos generales, entre otros.

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias se realizará con una proyección de tres años y el primer año se dividirá en meses o trimestres.

Cuenta de resultados.

<b>RESULTADOS</b>			
	<b>1er Año</b>	<b>2º Año</b>	<b>3er Año</b>
Ventas Netas	- €	- €	- €
Existencias finales	- €	- €	- €
Subvenciones	- €	- €	- €
Otros Ingresos	- €	- €	- €
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
Compras	- €	- €	- €
Mano de obra	- €	- €	- €
Existencias iniciales	- €	- €	- €
Subcontratas y comisiones	- €	- €	- €
Transporte	- €	- €	- €
Alquileres	- €	- €	- €
Suministros	- €	- €	- €
Publicidad y propaganda	- €	- €	- €
Mantenimiento y repar.	- €	- €	- €
Servicios profesionales	- €	- €	- €
Gastos diversos	- €	- €	- €
Seguros	- €	- €	- €
Tributos	- €	- €	- €
Dotación amortizaciones	- €	- €	- €
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
<b>BAIL</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
Intereses préstamos	- €	- €	- €
<b>BAI</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
Impuesto Sociedades	- €	- €	- €
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>

**10.- VALORACIÓN FINAL DEL PROYECTO.**

Una vez desarrollados cada uno de los apartados que configuran el Plan de Empresa, es aconsejable realizar una evaluación global del proyecto con la finalidad de poder determinar si es o no viable.

Esta valoración vendrá dada por las conclusiones obtenidas en los pasos seguidos a la hora de elaborar el proyecto, dando una visión general que refleje que la empresa a crear será rentable. Para ello se podría dar una valoración, determinado:

- **La viabilidad técnica** del proyecto, que será tanto mayor cuanto se haya podido desarrollar con profundidad todos los aspectos que integran el Plan de

Empresa, es decir, se han tratado todos los temas fundamentales que ha de contener el proyecto sin dejar ningún cabo suelto.

- **La viabilidad estratégica.** Establece qué ventajas competitivas ofrecerá nuestra empresa para lograr con éxito su implantación en el mercado, teniendo en cuenta el estudio de mercado y la previsión que hemos realizado.
- **La viabilidad económica- financiera** con el objeto de conocer: la eficiencia en la producción y en la utilización de los recursos, la liquidez y la rentabilidad, mediante la aplicación de unos índices o ratios a partir de las previsiones realizadas en el Plan económico-financiero.