

Unidade
Galicia
Emprende



INDICE PLAN DE EMPRESA

1.	Resumen ejecutivo	4
1.1	Visión, misión y objetivos. Modelo de negocio.....	4
1.2	El equipo promotor.....	4
1.3	Quiénes son los clientes y que mercado suponen	4
1.4	Cuál es la competencia	4
1.5	Principales parámetros	4
2.	Descripción del equipo promotor	5
2.1	Identificación de promotores. Formación y experiencia profesional y empresarial .	5
2.2	Grado de vinculación con el proyecto	5
3.	Actividad de la empresa.....	5
3.1	Propuesta de valor de la empresa: que va a hacer y como va generar los ingresos.....	5
3.2	Características de los productos y/o servicios objeto de la actividad de la empresa.....	5
3.3	Colaboraciones clave en el proceso productivo (colaboradores, subcontrataciones...)	5
3.4	Elementos innovadores	5
4.	Proceso productivo	5
4.1	Ubicación prevista. Criterios de elección.....	5
4.2	Descripción de terrenos, edificios, instalaciones y equipos precisos para el proceso productivo.....	5
4.3	Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto y/o la prestación del servicio.....	5
4.4	Seguridad de la calidad de los procesos: garantías, servicio técnico, servicio posventa.....	5
5.	Mercado.....	6
5.1	Contexto general del mercado. Factores clave y tamaño.....	6
5.2	Perfil de cliente: quién es, dónde está cómo consume.....	6
5.3	La competencia: identificación, características destacables, participación en el mercado.	6
5.4	Tamaño y cuota de mercado.....	6
6.	Comercialización del producto o servicio	6
6.1	Determinación del precio de venta y su comparación con la competencia.....	6
6.2	Distribución del producto y/o servicio.....	6
6.3	Política de comunicación.....	6
7.	Aspectos formales del proyecto	6
7.1	Forma jurídica prevista	6
7.2	Autorizaciones, permisos y trámites necesarios	6

8.	Recursos Humanos.....	6
8.1	Número y perfil de las personas que se contratarán: conocimientos, experiencia.....	6
8.2	Asignación de responsabilidades por puesto de trabajo.....	6
8.3	Tipo de contrato y convenio de aplicación.....	6
9.	Análisis DAFO.....	7
10.	Planificación temporal de la puesta en marcha.....	7
11.	Plan económico y financiero.....	7
11.1	Inversiones y política de amortizaciones.....	7
11.2	Financiación.....	7
11.2.1	Necesidades financieras. Fondo de manobra inicial.....	7
11.2.2	Aportaciones de los socios y recursos ajenos.....	7
11.2.3	Subvenciones y recursos públicos.....	7
11.3	Ingresos.....	7
11.4	Costes.....	7
11.4.1	Costes variables.....	7
11.4.2	Costes de personal.....	7
11.4.3	Costes fijos.....	7
11.5	Política de circulante: cobros, pagos y almacén.....	7
11.6	Punto de equilibrio.....	7
11.7	Cuentas de resultados previsionales.....	7
11.8	Balances previsionales.....	7
11.9	Presupuesto de capital.....	7
11.10	Previsiones de tesorería.....	7
11.11	Ratios y rentabilidad.....	7

1. Resumen ejecutivo

1.1 Visión, misión y objetivos. Modelo de negocio

1.2 El equipo promotor

1.3 Quienes son los clientes y que mercado suponen

1.4Cuál es la competencia

1.5 Principales parámetros

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión total					
Fondo de maniobra					
Aportaciones de capital					
Recursos ajenos					
Previsión de ventas					
Resultados estimados					
Nº de socios trabajadores					
Nº trabajadores por cuenta ajena					
Localización					
CNAE					
Epígrafe de IAE					
Forma jurídica					
Fecha de inicio de la actividad					

2. Descripción del equipo promotor

- 2.1 Identificación de los promotores. Formación y experiencia profesional y empresarial
- 2.2 Grado de vinculación con el proyecto

3. Actividad de la empresa

- 3.1 Propuesta de valor de la empresa: que va a hacer y cómo a generar los ingresos
- 3.2 Características de los productos y/o servicios objeto de la actividad de la empresa
- 3.3 Colaboraciones clave en el proceso productivo (colaboradores, subcontrataciones...)
- 3.4 Elementos innovadores

4. Proceso productivo

- 4.1 Ubicación prevista. Criterios de elección
- 4.2 Descripción de terrenos, edificios, instalaciones y equipos precisos para el proceso productivo
- 4.3 Normas que regulan a fabricación o comercialización del producto y/o la prestación del servicio
- 4.4 Seguridad de la calidad de los procesos: garantías, servicio técnico, servicio posventa.

5. Mercado

- 5.1 Contexto general del mercado. Factores clave y tamaño
- 5.2 Perfil de cliente: quién es, dónde está, como consume...
- 5.3 La competencia: identificación, características destacables, participación en el mercado.
- 5.4 Tamaño y cuota de mercado

6. Comercialización del producto o servicio

- 6.1 Determinación del precio de venta y su comparación con la competencia
- 6.2 Distribución del producto y/o servicio
- 6.3 Política de comunicación

7. Aspectos formales del proyecto

- 7.1 Forma jurídica prevista
- 7.2 Autorizaciones, permisos y trámites necesarios

8. Recursos Humanos

- 8.1 Número e perfil de las personas que se contratarán: conocimientos, experiencia...
- 8.2 Asignación de responsabilidades por puesto de trabajo
- 8.3 Tipo de contrato y convenio de aplicación

9. Análisis DAFO

10. Planificación temporal de la puesta en marcha

11. Plan económico y financiero

11.1 Inversiones y política de amortizaciones

11.2 Financiación

11.2.1 Necesidades financieras. Fondo de maniobra inicial

11.2.2 Aportaciones de los socios y recursos ajenos

11.2.3 Subvenciones y recursos públicos

11.3 Ingresos

11.4 Costes

11.4.1 Costes variables

11.4.2 Costes de personal

11.4.3 Costes fijos

11.5 Política de circulante: cobros, pagos y almacén

11.6 Punto de equilibrio

11.7 Cuentas de resultados previsionales

11.8 Balances previsionales

11.9 Presupuesto de capital

11.10 Previsiones de tesorería

11.11 Ratios y rentabilidad