

Plan de Empresa

Documento descriptivo · Versión rellenable

Introducción

El Plan de Empresa es una herramienta de trabajo viva que recoge de forma detallada y ordenada tu idea de negocio, funcionando como una “hoja de ruta” para el inicio de tu actividad y haciendo tu proyecto más claro, comprensible y fácil de poner en marcha. Su elaboración te obligará a dedicar tiempo para reflexionar y contrastar tu idea con la realidad del mercado, que irá evolucionando y adaptándose a tu día a día conforme vayas descubriendo nuevas líneas de negocio, o bien, ajustándose ante posibles desviaciones, de manera que asegures que los pasos que des sean firmes y con base estratégica.

Su importancia radica en que te permite transformar tu idea en un modelo de negocio viable mediante la respuesta a cuatro preguntas fundamentales: qué vas a vender u ofrecer, a quién va dirigido, cómo lo vas a hacer y cómo vas a financiarlo. Profundizando en estos aspectos podrás analizar tus propias capacidades personales y financieras, en un ejercicio de coherencia y realismo vitales para dotar a tu proyecto de la credibilidad necesaria ante terceros.

Además de servirte como plan de actuación personal, el Plan de Empresa es la carta de presentación de tu proyecto: se trata de una herramienta clave para trasladar información de forma ordenada a posibles socios, clientes, entidades financieras u organismos de apoyo al emprendimiento.

Este Plan de Empresa consta de dos partes en dos archivos distintos: la primera corresponde a este documento, en el que debes aportar toda la información básica relativa a los distintos ámbitos de tu proyecto, mientras que la segunda es una hoja en formato Excel en la que debes volcar toda la información económico-financiera que respalde tu propuesta; por lo que es indispensable que ambas partes sean coherentes y estén alineadas entre sí.

1 · Identificación del proyecto

Presenta y explica los aspectos básicos de tu proyecto respondiendo a los siguientes datos:

Datos de la empresa

Nombre de la empresa / proyecto:

Descripción de la actividad (breve y resumida):

Ubicación geográfica:

Fecha estimada de inicio:

Forma jurídica de tu empresa:

Número de trabajadores previstos:

Inversión total:

Recursos propios + financiación:

2 · Presentación del equipo emprendedor

Presenta al equipo que va a desarrollar la idea, incluyendo el Currículum Vitae de todos ellos y haciendo referencia tanto a su formación académica como a la experiencia laboral y personal. El objetivo es mostrar las capacidades del equipo para llevar a buen término el proyecto, así como los motivos por los que se ha decidido poner en marcha esta idea.

3 · Descripción de la actividad, productos y servicios

Detalla qué va a ofrecer tu empresa, identificando los productos que se fabricarán o los servicios que se prestarán; en definitiva, qué vas a vender.

Características del producto o servicio

Identifica los productos o servicios destacando sus cualidades, características, especificaciones técnicas, etc.

Aspectos diferenciales

Describe las ventajas competitivas o diferencias frente a la competencia, tanto técnicas como percibidas por tus clientes.

Cobertura de las necesidades

Detalla las necesidades o carencias que satisfará tu proyecto, teniendo en cuenta el mercado al que te diriges.

4 · Análisis de mercado

Estudia el mercado al que te vas a dirigir para definir tus estrategias de marketing y ventas: a quién te diriges, la competencia actual, qué aporta tu proyecto y la tendencia del mercado.

Características del mercado

Describe el mercado: sector y su consolidación, área geográfica y estimaciones sobre su evolución (crecimiento o madurez).

Análisis del entorno

Condiciones del entorno que influyen en tu proyecto: exigencias legales, administrativas y económicas, sociales, demográficas y tecnológicas.

Análisis de la demanda

Tamaño y volumen de la demanda, público objetivo y su segmentación (características, hábitos de comportamiento, etc.).

Análisis de la competencia

Identifica a tus competidores: qué ofrecen y a qué precio, quiénes son sus clientes y qué estrategias usan, para hallar sus debilidades y oportunidades.

Análisis de los segmentos de clientes

Qué personas, entidades o empresas pueden interesarse por tus productos/servicios y sus perfiles por línea de negocio: edad, estudios, nivel adquisitivo, necesidades, hábitos de compra, gasto habitual, etc.

5 · Análisis DAFO

Realiza una “fotografía” de la situación actual de tu proyecto. En Debilidades indica tus puntos flacos; en Fortalezas tus capacidades y ventajas; en Amenazas las situaciones que ponen en riesgo la viabilidad; y en Oportunidades los factores positivos del entorno que puedes aprovechar.

DEBILIDADES

FORTALEZAS

AMENAZAS

OPORTUNIDADES

6 · Comercialización

Define cómo vas a vender el producto o servicio: estrategia de marketing y comercialización, precios, canales de venta, objetivos comerciales y de ventas, etc.

Canales de distribución y ventas

Explica cómo harás llegar tus productos o servicios al cliente, especificando los canales de distribución.

Comunicación

Acciones de promoción y comunicación previstas: cómo darás a conocer el proyecto, imagen corporativa, promociones, etc.

Establecimiento de precios

Estrategia de precios y precio final de tus productos o servicios, y las claves en que te has basado para determinarlo.

7 · Recursos técnicos

Infraestructuras e instalaciones

Por qué has escogido esa ubicación y las características de la instalación: metros cuadrados, alquiler o compra, construcción, reformas, etc.

Equipamiento y producción

Maquinaria y equipamiento necesarios, cómo los vas a adquirir y sus costes totales. Si fabricas productos, describe el proceso de fabricación.

Calidad

Aspectos de calidad que deben cumplir tus productos o servicios para incrementar su valor y favorecer tu diferenciación.

8 · Organización y recursos humanos

Informa sobre la correcta planificación de los recursos humanos en tu proyecto.

Descripción de puestos

Cómo seleccionarás a tu equipo, modalidad contractual, jornada y salario. Incluye funciones, formación y experiencia requeridas para cada puesto.

Estructura organizativa

Áreas o departamentos en que organizarás la empresa.

Alianzas y colaboraciones

Posibles alianzas o colaboraciones con entidades, empresas o colaboradores, tanto para producir como para comercializar.