



Esquema-resumen del Plan de Negocio

1. Resumen ejecutivo

- Resumen del plan para la comprensión de terceros.

2. Antecedentes e identificación del grupo promotor

- Quiénes participan, historia personal y profesional.
- Motivación para participar en este proyecto.
- Cómo se crea el proyecto.
- Aportación prevista a la nueva empresa.

3. Análisis de las ideas de negocio

- Explicar brevemente las ideas de negocio analizadas y los motivos de haberlas seleccionado o rechazado. Justificar por qué creemos que nuestra idea será un buen negocio.

4. Análisis del producto/mercado

Exponer brevemente el resultado de los estudios previos realizados:

- Producto/servicio sobre el que hemos realizado el estudio.
- Análisis de la demanda (clientela): tamaño del mercado, características del segmento escogido (descripción, poder de compra, servicios que exige...), porcentaje del mercado a capturar, potencial de crecimiento...
- Análisis de la oferta (competencia): quiénes son, qué ofrecen, cómo operan, con qué recursos cuentan, grado de rivalidad, amenazas de productos sustitutos, distribuidores, condiciones y poder de negociación de los proveedores... Comparación de nuestro producto con el de la competencia.
- Análisis del entorno: cadena productiva (agentes, colaboración, cuellos de botella, alianzas); tendencias del contexto económico, político, sociocultural...
- Análisis de capacidades y medios disponibles: capacidades del grupo promotor, servicios públicos, infraestructuras, servicios de desarrollo empresarial, disponibilidad de tecnología, posibles apoyos...
- Análisis DAFO de nuestra empresa y estrategias de mejora.

5. Finalidad de la empresa

- Misión/visión.
- Objetivos y resultados que se quieren lograr.
- Marco legal bajo el cual operará.

6. Plan de marketing (comercial):

- Segmento de mercado.
- Estrategia de mercadotecnia: Producto + Precio + Plaza + Promoción.
- Producto: descripción detallada, necesidades que satisface, ventajas comparativas, estrategia producto/mercado, coste de producción.
- Precio de venta, política de precios.
- Plaza: canales de distribución, fuerza de ventas.
- Promoción.
- Previsión de ventas: volumen del mercado, cuota del mercado que pensamos alcanzar, volumen de ventas, ingresos por ventas.
- Costes fijos y variables de ventas.

7. Plan de operaciones (técnico-productivo)

- Descripción del local.
- Descripción del proceso productivo.
- Tecnología.
- Gestión de compras (proveedores).
- Volumen de actividad.
- Costes de producción.

8. Plan de personas y organización

- Estructura organizativa, social y empresarial (organigrama).
- Medidas para promover la equidad de género en la empresa.
- Definición de los puestos de trabajo: funciones, capacidades, número de personas, dedicación horaria, definición de los tipos de contrato y retribución.
- Selección del personal.
- Plan de capacitación.
- Costes de personal.

9. Plan de administración y gestión

- Herramientas de administración.
- Herramientas de gestión.
- Plan de capacitación en administración y en gestión.
- Sistema de seguimiento.

10. Plan de inversiones y financiación

- Inversiones necesarias.
- Plazo de amortización.
- Requerimiento de fondos para el negocio.
- Fuentes del capital y condiciones.
- Nivel de endeudamiento.
- Costes de inversión, costes de amortización y costes de financiamiento.

11. Plan Económico-Financiero

- Presentar ordenadamente los costes de marketing, operaciones, personas, inversiones y financiación.
- Cuenta de resultados (pérdidas y ganancias): ingresos, costes variables, margen de contribución, costes fijos, utilidad o resultado final, flujo de caja.
- Presupuesto de tesorería: saldo inicial, cobros por ventas, cobros por financiamiento, pago de costes variables, pago de costes fijos, pagos por financiamiento, saldo de tesorería.
- Indicadores financieros: punto de equilibrio, rentabilidad, VAN, TIR, período de recuperación de la inversión...

12. Cronograma de puesta en marcha

- Hitos fundamentales que el proyecto debe alcanzar y los plazos para ello.

13. Plan de contingencia

- Acciones alternativas en caso de inconvenientes.
- Mercados alternativos.
- Estrategia ante un pedido voluminoso que supere su capacidad actual de producción.
- Fuentes de financiación si se precisa más capital de trabajo.
- Posibles alianzas.
- Otras medidas que se consideren necesarias.

14. Comentarios

- Añadir los datos que se consideren oportunos y que no se hayan incluido ya en otros apartados.

15. Anexos (en caso necesario)