

PROYECTO EMPRESARIAL

1.- IDEA DE NEGOCIO

- A) Nombre del proyecto
- B) Ubicación prevista
- C) Breve descripción d la actividad a realizar, singularidad del proyecto y ámbito geográfico del mercado previsto. Público Objetivo
- D) Tipología de los productos / servicios a ofrecer, tipología de los clientes finales (pares producto / mercado).
- E) Canal de distribución (en su caso)
- F) Promotores del proyecto, perfil
- G) Volumen de inversión prevista
- H) Creación de empleo previsto.

2.- ANTECEDENTES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

2.1.- ORIGEN DEL PROYECTO

Motivos que le han llevado a plantearse la creación de su empresa

2.2.- ANTECEDENTES DE LOS SOCIOS EN RELACIÓN AL PROYECTO

3.- ENTORNO GENERAL

3.1.- BREVE EXPLICACIÓN DE LOS FACTORES DEL ENTORNO QUE VAN A AFECTAR DE FORMA MÁS ACUSADA AL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA. ANÁLISIS PESTEL, FACTORES:

- 1 POLÍTICOS
- 2 ECONÓMICOS
- 3 SOCIALES
- 4 TECNOLÓGICOS
- 5 ECOLÓGICOS
- 6 LEGALES

3.2.- TEXT DE FACTORES DEL ENTORNO

4.- ENTORNO ESPECÍFICO

4.1.- PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

1. ESTRATEGIA EMPRESARIAL A LLEVAR A CABO.

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN DIFERENCIACIÓN

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTES

ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

2. FACTORES CLAVE DEL ÉXITO QUE FUNDAMENTAN LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA.

4.2.- ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL ENTORNO SEGÚN PORTER

- 1.INTRODUCCIÓN
2. GRADO DE RIVALIDAD EXISTENTE ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES.
3. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.
4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.
- 5.PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES.
6. PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES.
- 7.CONCLUSIÓN

4.3.- DAFO

1. INTRODUCCIÓN
2. DEBILIDADES
3. AMENAZAS
4. FORTALEZAS
5. OPORTUNIDADES
6. CONCLUSIÓN

4.4 ANÁLISIS CAME

- 1 CORREGIR
- 2 AFRONTAR
- 3 MANTENER
- 4 EXPLORAR

4.5.- ANÁLISIS LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO O CANVAS

- 1 PROPUESTA DE VALOR (PV)
- 2 SEGMENTOS DE MERCADO (SM)
- 3 RELACIÓN CON CLIENTES (RCL)
- 4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN(C)
- 5 ACTIVIDADES CLAVE (AC)
- 6 RECURSOS CLAVE (RC)
- 7 ASOCIACIONES CLAVE (ASC)
- 8 ESTRUCTURA DE COSTES (EC)
- 9 FUENTE DE INGRESOS (FI)

4.6 - ESTUDIO DE RECURSOS

5.- DESARROLLO DEL PRODUCTO / SERVICIO

5.1.- PRODUCTO. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

5.2- PROCEDIMIENTOS PRODUCTIVOS

A Aplicación del modelo LEAN MANUFACTURING

B Aplicación del modelo JUST IN TIME

- 5.2.1- Formas de aprovisionamiento de materias primas o mercaderías.
- 5.2.2.- Fases de proceso productivo.
- 5.2.3.- Coste Unitario. *Cuantifica los costes indicados en los apartados anteriores (costes de aprovisionamiento, fabricación y subcontratación).*
- 5.2.4.- Capacidad productiva. Dimensión óptima.
- 5.2.5.- Almacenamiento.
- 5.2.6.- Subcontratación.

5.3._ CALIDAD

5.4 _INNOVACIÓN

Elementos innovadores que ha incorporado la empresa.

PROTECCIÓN LEGAL.

REGISTRO DE MARCAS
PATENTES

6.- INSTALACIONES Y LOGÍSTICA

6.1.- UBICACIÓN GEOGRÁFICA

- 6.1.1.- Accesibilidad.
- 6.1.2.- Coste del transporte

6.2.- CROQUIS INSTALACIONES

6.3.- INVERSIONES, FASES.

6.3.1.- Compra o alquiler.

6.3.2.- Maquinaria, elementos de transporte, mobiliario, herramientas.

6.4.- PROCEDIMIENTOS LOGÍSTICOS

7._ RECURSOS HUMANOS.

7.1._ SEGUROS SOCIALES EMPRESA Y AUTÓNOMO.

7.2._ TRÁMITES EN EL DEPARTAMENTO DE TRABAJO DE LA DGA

7.3.-MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE

7.4._ELABORA EL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA. [ORGANIZACIÓN](#)

7.5._POLÍTICA RETRIBUTIVA

7.6._CONTRATACIÓN

7.7._SEGRUOS SOCIALES TRABAJADOR

7.9.- [MOTIVACIÓN](#).

7.10.-PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL, de cara a su cualificación profesional.

7.11.- CÁLCULO DE COSTES LABORALES.

7.12._PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO

8.- ASPECTOS LEGALES Y TRÁMITES

8.1.- ASPECTOS SOCIETARIOS

- 8.1.1.- Razón Social
- 8.1.2.- Forma jurídica
- 8.1.3.- Capital Social
- 8.1.4.- Fecha prevista de la constitución

8.2.- TRÁMITES CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

(por ejemplo: la población masculina de más de 14 años en Mollet del Vallès). También hemos de estudiar la evolución de nuestro público objetivo a partir de las variables dimensión y pautas de consumo.

9.2.1.-Dimensión. *Cuantifica y valora la evolución de nuestro público objetivo.*

9.2.2.-Evolución

Criterios de segmentación de mercados de consumo

	Generales	Específicos
Objetivos	— Demográficos: sexo, edad... — Socioeconómicos: renta, ocupación, etc. — Geográficos: región, hábitat, etc.	— Estructura de consumo (grande, mediano, etc.). — Uso del producto. — Fidelidad/lealtad a la marca/empresa. — Tipo de compra: primera o repetición. — Situaciones de compra. — Lugar de compra.
Subjetivos	— Personalidad (liderazgo, autoridad, autonomía). — Estilos de vida (centros de interés, opiniones, etc.).	— Ventaja/beneficio buscado. — Actitudes. — Percepciones. — Preferencias.

9.- PLAN DE MARKETING

9.1.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

9.1.1.- IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

1. MERCADO A NIVEL DEL CLIENTE FINAL

IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES
(Número, Sexo, Edad, Profesión, Localización, Nivel de renta, Hábitos, ...)

Si es una empresa (Tipo de empresa, tamaño, actividad, ...)

2. MERCADO A NIVEL DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

3. MERCADO A NIVEL DE PRESCRIPTORES

9.1.2._FASES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
2. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN
3. TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS
4. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y PRESENTACIÓN DE CONCLUSIONES

9.2.-SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. una vez hemos determinado cual es nuestro público objetivo (apartado 2.1.2.) Ahora es el momento de cuantificar este público en un ámbito geográfico determinado

9.3.- PRODUCTO ¿Se ajusta a lo que demanda el consumidor potencial según lo obtenido en la investigación de Mercado?

9.3.1.- MARCA (Logotipos y manual de estilo de uso)

9.3.2.- DEMANDA. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, ESTACIONALIDAD

9.3.3.- ENVASES Y EMBALAJES Describa la presentación del producto.

- Envoltorio (diseño, tipo, tamaño, color, resistencia, etc.)
- Imagen (forma, característica, marca, logotipo)
- Embalaje (diseño, forma, tipo, tamaño, color, resistencia, etc.)

9.3.4.- GAMA

9.3.5.- GARANTÍA

9.3.6.- SERVICIO POST-VENTA

9.3.7.- ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

PRODUCTO	ESENCIALES	atributos físicos que constituyen el producto básico
	FORMALES	marca, diseño, envases, calidad, tamaño
TOTAL	AMPLIADOS (no PAU)	servicio post-venta, garantía, financiación, instalación



Figura 9.1. Niveles del concepto de producto. (FUENTE: Adaptado de Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 6.ª ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Nueva Jersey, 1999).

9.5.- DISTRIBUCIÓN

Determina cómo se distribuye el producto, si se hace directamente o mediante intermediarios. En este último caso, determina el número de intermediarios y las funciones que realizan.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

9.5.1.- LOCALIZACIÓN

9.5.2.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN

(Enumeración, periodicidad y forma de pago)

9.5.3.- PUNTOS DE VENTA

9.5.4.- ALMACENES

9.5.5.- MEDIOS DE TRANSPORTE

9.5.6.- INTERNACIONALIZACIÓN

9.5.7.- FRANQUICIA

9.5.8.- VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET

9.4.- PRECIO

Determina cómo fijará tu empresa los precios de los productos y si establecerás alguna política de descuentos. Establece las condiciones de cobro.

9.4.1.- PRECIO DE VENTA ¿Existen restricciones legales?

9.4.2.- DESCUENTOS, REBAJAS

9.4.3.- BONIFICACIONES

9.4.4.- POLÍTICA CREDITICIA

9.4.5.- DIFERENCIACIÓN DE TARIFAS EN FUNCIÓN DE: CLIENTES, HORARIOS, SERVICIOS,....

9.6.- PROMOCIÓN

9.6.1.- VENTA PERSONAL

9.6.2.- PUBLICIDAD

9.6.3.- RELACIONES PÚBLICAS

9.6.4.- PROMOCIÓN DE VENTAS

9.6.5.- MERCHANDISING

9.7.- VENTA ON LINE

9.8

PRESUPUESTO DE MARKETING		
Concepto	Coste (durante año 0)	Coste (durante año 1)
PUBLICIDAD Prensa, Radio, Televisión, Revistas especializadas, otros...		
PROMOCIÓN DE VENTAS Tarjetas visita, bolsas, etiquetas comerciales, otros...		
RELACIONES PUBLICAS		
FERIAS Y EXPOSICIONES		
OTROS		

10.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD EL PROYECTO

10.1.- INVERSIONES. FINANCIACIÓN

10.2.- PLAN DE FINANCIACIÓN

10.2.1. - CUADROS DE AMORTIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

10.3.- CUENTA DE EXPLOTACIÓN

10.3.1.- Política de aplicación del presupuesto.

10.4.- PRESUPUESTOS DE TERSORERÍA

10.5.- BALANCES FINALES

10.6.- UMBRAL DE RENTABILIDAD

11.- CALENDARIO DE PUESTA EN MARCHA

12.- EVALUACIÓN FINAL

PROYECTO INICIAL DE INVERSIONES					
A.1 TERRENOS Y URBANIZ.	A	B	C	TOTAL AÑO	%
Terrenos					
Escrituras					
Accesos					
Acometida de Agua					
" de Teléfono					
" de E.Eléctrica					
" Otras					
Plan especial					
Arbolado y Jardinería					
A.2 EDIFICACIONES					
Coste Proyecto Arquitecto					
Coste Proyecto InstalaciónArquitecto					
Licencia Municipal					
Coste Construcción Edificio					
Aparcamientos					
A.3 EQUIPOS, INSTALACIONES :					
Maquinaria de proceso					
Utlillajes					
Máquinas/Herramientas					
Elementos de Transporte					
A.4 MOBILIARIO					
Muebles y Enseres					
Equipos Informáticos					
Equipos de oficina					
Encuadernadora					
Fotocopiadora					
Fax					
Otros					
A.5 OTRO INMOVILIZADO					
Concesiones administrativas					
Propiedad Industrial					
Derechos de Traspaso					
Depósitos					
A.6 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA, CONSTITUCIÓN Y PRIMER ESTABLECIMIENTO					
Viajes previos					
Gastos Const. Sociedad					
Licencia de apertura					
Imagen					
Publicidad /Propaganda					
A.7 DISPOSICIÓN PARA MANIOBRA					
Materias Primas					
Provisión de Fondos					
TOTAL "A" INVERSIONES					

10.2.- PLAN DE FINANCIACIÓN

B. PLAN DE FINANCIACIÓN					
B.1 RECURSOS PROPIOS	A	B	C	TOTAL AÑO	%
Capitalización/Dinero					
Materias Primas					
Ampliación Capital					
Terrenos					
Construcciones					
Maquinaria					
Propiedad Industrial					
Otros					
B.2 RECURSOS AJENOS					
Subvenciones/inversión					
Préstamos E. Financiera					
Créditos E. Financiera					
Leasing					
Préstamos de Socios					
Otros					
TOTAL "B" RECURSOS					

10.2.1. - CUADROS DE AMORTIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

10.3.- CUENTA DE EXPLOTACIÓN
10.3.1.- Política de aplicación del presupuesto.

D. PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS					
D.1 INGRESOS	A	B	C	TOTAL AÑO	%
Venta de Mercaderías					
Prestación de Servicios					
Ingresos Arrendamientos					
Ingresos Comisiones					
Ingresos Financieros					
Otros ingresos de gestión					
Subv. Explotación					
Subv. Capital					
TOTAL INGRESOS					
D.2 GASTOS VARIABLES					
Consumo Materias Primas					
Consumo Fungibles/prod.					
Subcontrataciones					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Pago Colaboradores					
comisiones/Ventas					
Transportes					
Otros Gastos Variables					
TOTAL GASTOS VABLES(G-1)					
MARGEN BRUTO:					

PORCENTAJE/INGRESOS	%
----------------------------	----------

D.3 GASTOS FIJOS					
M. OBRA INDIRECTA-FIJA					%
Retribución propia					
Seguro Autónomos					
Salarios del Personal					
Seg. Social (c/Emp)					
ALQUILERES					%
SERV. PROFESIONALES					%
Asesoría Externa					
Limpieza (Subcontrat.)					
REPARACIONES					%
Mantenimiento/Conservación					
SUMINISTROS					%
Energía Eléctrica					
Agua					
Gas					
Teléfono					
Otros					
TRANSPORTES					%
s/Compras, s/Ventas					
PRIMAS DE SEGUROS					%
PROPAGANDA					%
Publicidad					
Relaciones Públicas					
OTROS SERVICIOS					%
TRIBUTOS					%
GASTOS DIVERSOS					%
DOT. AMORTIZACIONES					%
De Inmovilizado Material					
De Inmovilizado Inmaterial					
De Gastos de Constitución					
TOTAL GASTOS FIJOS (G-2)					%
BENEFICIO A.I.I. : (Margen Bruto -Total de gastos fijos)					
PORCENTAJE/INGRESOS					%
GASTOS FINANCIEROS (G-3)					
TOTAL GASTOS (G1+G2+G3)					
					%
BENEFICIOS A.I. : (B.A.I.I. - Gtos Financieros (G-3))					
PORCENTAJE/INGRESOS					%
TOTAL IMPUESTOS/ BENEFICIOS					
					%
BENEFICIO NETO. : (B.A.I. - Impuesto/Beneficio)					
PORCENTAJE/INGRESOS					%
UMBRAL DE RENTABILIDAD:					

El UMBRAL DE RENTABILIDAD es la cifra de ventas a partir de la cual se obtienen beneficios.

Su cálculo es como sigue:

$$\text{U.R.} = \frac{\text{Gtos. Fijos} + \text{Gtos. Financieros}}{(\text{Ingresos} - \text{Gastos Variables}) / \text{Ingresos}}$$

$$\text{U.R.} = \boxed{}$$

10.4.- PRESUPUESTOS DE TERSORERÍA

C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "A" (PRIMERO)					
C.1 COBROS	MES 01	MES 02	MES 03	MES 04	CTRM."A"
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
TOTAL COBROS					
C.2 PAGOS	MES 01	MES 02	MES 03	MES 04	CTRM."A"
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Manten.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Int. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
TOTAL PAGOS					
C.3 SALDOS					
DIF.: PAGOS-COBROS					
SALDO ANTERIOR					
SALDO ACUMULADO					

C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "B" (SEGUNDO)					
C.1 COBROS	MES 05	MES 06	MES 07	MES 08	CTRM."B"
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
TOTAL COBROS					
C.2 PAGOS	MES 05	MES 06	MES 07	MES 08	CTRM."B"
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Mant.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Inters. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
TOTAL PAGOS					
C.3 SALDOS					
DIF.: PAGOS-COBROS					
SALDO ANTERIOR					
SALDO ACUMULADO					

C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "C" (TERCERO)					
C.1 COBROS	MES 09	MES 10	MES 11	MES 12	CTRM."C"
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
TOTAL COBROS					
C.2 PAGOS	MES 09	MES 10	MES 11	MES 12	CTRM."C"
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Mant.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Inters. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
TOTAL PAGOS					
C.3 SALDOS					
DIF.: PAGOS-COBROS					
SALDO ANTERIOR					
SALDO ACUMULADO					

BALANCE PREVISIONAL

viabilidad_MUY_BUENO.xls [Compatibility Mode] - Microsoft Excel											
L28											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		
1											
2	ACTIVO					NETO Y PASIVO					
3											
4	ACTIVO NO CORRIENTE	0	0	0		NETO	0	0	0		
5											
6	INMOVILIZADO INTANGIBLE	0	0	0		Capital social					
7	Propiedad industrial (patentes)					Reservas					
8	Aplicaciones informáticas (software)					Resultados del ejercicio					
9	Amortización Acumulada										
10											
11	INMOVILIZADO MATERIAL	0	0	0		PASIVO NO CORRIENTE	0	0	0		
12	Terrenos y bienes naturales										
13	Construcciones					Deudas a L/P con entidades de crédito					
14	Instalaciones técnicas					Proveedores de inmovilizado a L/P					
15	Maquinaria					Efectos a pagar a largo plazo					
16	Utillaje										
17	Mobiliario										
18	Equipos para proceso información										
19	Elementos de transporte										
20	Amortización acumulada										
21											
22	INVERSIONES FINANCIERAS	0	0	0							
23	Inversiones financieras a largo plazo										
24	Créditos a largo plazo										
25											
26	ACTIVO CORRIENTE	0	0	0		PASIVO CORRIENTE	0	0	0		
27											
28	EXISTENCIAS	0	0	0		Proveedores					
29	Mercaderías					Acreedores por prestación servicios					
30	Materias primas					Hacienda Pública acreedora					
31	Productos terminados					Seguridad Social acreedora					
32						Deudas C/P con entidades de crédito					
33	REALIZABLE	0	0	0		Proveedores de inmovilizado a C/P					
34	Clientes										
35	Deudores										
36	Inversiones financieras temporales										
37	Créditos a corto plazo										
38											
39	DISPONIBLE	0	0	0							
40	Banco c/c										
41	Caja										
42											
43	TOTAL ACTIVO	0	0	0		TOTAL NETO Y PASIVO	0	0	0		
44											
45											
46											

VALOR ACTUAL NETO

$$VA = \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \frac{Q_3}{(1+k)^3} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

- VA = Valor actual de los flujos de caja acumulados de una inversión.
 A = Desembolso inicial requerido por la inversión.
 Q_i = Flujos netos de caja de cada período.
 k = Tipo de actualización o descuento aplicable (en tanto por uno).