|  |
| --- |
| Nombre de la empresa |
| PLAN DE EMPRESA |
| NOMBRE DEL PROYECTO |

|  |
| --- |
| Promotor/a  [Fecha] |

**GUION PLAN DE EMPRESA**

**SUBMEDIDA 7119.02.01 EDLP (LEADER)**

Este documento contiene un **guion básico como ayuda para la elaboración de un *Plan de Empresa* para solicitar una ayuda Leader** (submedida 7119.02.01, EDLP), por lo que si se utiliza para otros fines podría ser necesaria información adicional.

En algunos apartados se ha incluido una pequeña explicación (señalada con color) que se recomienda eliminar una vez cumplimentado.

1. **INTRODUCCIÓN**

* La idea de negocio: cómo surge, a quién se dirige, qué tiene de novedoso.
* El equipo emprendedor: formación y experiencia.

*Descripción detallada de las funciones de cada miembro del equipo directivo, indicando su experiencia profesional y su especialización en una determinada área funcional. También conviene describir las responsabilidades y tareas concretas que cada miembro de la organización ejercerá en el proyecto.*

* Misión, visión, valores y objetivos.

1. **LOCALIZACIÓN**

* ¿Dónde se va a localizar la empresa? Comarca, población, polígono, etc.
* ¿Por qué se ha tomado esa decisión? (Ventajas-inconvenientes).

1. **EL PRODUCTO O SERVICIO**

* Producto o servicio que va a ofrecer a sus clientes.
* Características técnicas.
* ¿Qué necesidades satisface?.
* ¿En qué se diferencian de los productos o servicios de la competencia? Ventajas competitivas del producto o servicio.

*Qué elementos se han añadido, mejorado o adaptado a nuestros productos o servicios, que nos hagan tener una ventaja diferenciadora respecto a nuestros competidores directos e indirectos, que nos permitan ser competitivos y mantenernos en el mercado.*

*Aspectos que hacen innovador a nuestro producto o servicio.*

1. **ESTUDIO DE MERCADO**

* Análisis del mercado.

*Descripción del sector en el que se va a introducir el nuevo producto o servicio, analizando las previsiones y el potencial de crecimiento de este. Esto supone hacer un análisis del tamaño del mercado, identificar las tendencias de crecimiento…*

*Se recomienda analizar también los comportamientos de compra de los clientes potenciales, nuevas tendencias de la industria, factores socioeconómicos, tendencias demográficas, etc.*

* Análisis de la demanda.

*Se debe tratar de segmentar a nuestro público objetivo, especificando las necesidades y motivaciones de cada uno de los segmentos.*

*Delimitar geográficamente el ámbito de actuación de la empresa, determinando el espacio o territorio donde va a actuar.*

*Si es posible, comentar posibles clientes potenciales y/o reales, confirmando su existencia a partir de datos y fuentes de información externas, siempre reflejando el origen de los datos.*

*También se deberán señalar los elementos en los que los clientes basan sus decisiones de compra (precio, calidad, distribución, servicio, …).*

*¿Quiénes son los clientes (existen y hay potenciales)?*

*¿Cuáles son las necesidades de los clientes?*

*¿Cuál es el valor para el cliente del producto o servicio ofrecido?*

*Importante realizar una estimación de la demanda.*

* Análisis de la competencia.

*Algunas preguntas que pueden servir de ayuda para analizar los principales competidores:*

* *¿Qué tipos de competidores tienes? ¿Cómo es de intensa esta competencia?*
* *¿Cuál es su oferta, sus puntos fuertes, sus puntos débiles, forma de venta, canales de distribución u otros aspectos diferenciales?*
* *¿Los competidores ofrecen productos o servicios similares? ¿Ofrecen el mismo valor?*
* *¿Cómo te diferencias de ellos (calidad, precio…)?*
* *¿Es fácilmente imitable por los competidores mi producto o servicio?*
* *¿Cómo reaccionarán los competidores ante el nuevo lanzamiento en el mercado?*
* Análisis DAFO (Debilidades – Amenazas / Fortalezas – Oportunidades).

Análisis interno donde se analizarán:

* Las fortalezas: nos dirán las destrezas que tiene la empresa que la hacen diferente de sus competidores.

*Descripción de aquellos aspectos de la empresa que suponen una ventaja comparativa frente a las demás empresas competidoras.*

* Las debilidades: nos mostrarán los factores que nos hacen quedar en una posición desfavorables respecto a nuestros competidores.

*Descripción de aquellos elementos, recursos y actitudes propios que suponen una barrera para la buena marcha de la empresa. Algunas de las preguntas que se pueden: ¿Qué se puede mejorar? ¿Qué se debería evitar? ¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad? ¿Qué factores reducen las ventas o el éxito del proyecto?*

Análisis externo a través del que se estudiarán las oportunidades y las amenazas.

* Como oportunidades: los nuevos mercados en los que tiene cabida nuestra empresa.

*Descripción de los factores en el entorno o en el mercado, que permitan mejorar la situación competitiva de la empresa.*

* Las amenazas: nos pueden alertar sobre los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de nuestra empresa.

*Descripción de las situaciones negativas, externas al proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que, llegado al caso, puede ser necesario disponer de una estrategia adecuada para poder sortearlas.*

*Algunas de las preguntas que se pueden realizar son: ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa? ¿Qué están haciendo los competidores? ¿Se tienen problemas de recursos de capital? ¿Puede alguna de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?*

1. **PLAN COMERCIAL**

* ¿Cuáles son los objetivos mínimos de venta que se desean alcanzar?.

*El plan comercial supone una hoja de ruta que ayudará a la empresa a alcanzar los objetivos planteados. Por ello es importante establecer objetivos de ventas realistas ¿Cuánto esperas vender en el próximo mes, trimestre, año?*

*Proyectar la estimación de ventas hasta 5 años.*

* Margen del producto o servicio.

*Información vinculada a los costes y a la política de precios.*

1. **PLAN DE MARKETING**

* Estrategia de clientes. Política de ventas.

*Descripción del equipo de ventas, indicando además la política de márgenes comerciales y medidas de promoción que se piensan ofrecer a distribuidores, representantes y comerciantes. Asimismo, se podrán indicar los periodos de cobros a clientes y otras consideraciones como descuentos, anticipos, métodos de cobro, …*

* Estrategia de precios.

*Descripción de la estrategia de precios que se tiene pensada.*

*La fijación de precios es clave para el éxito y la rentabilidad del negocio, pues de la cantidad a la que venda sus bienes u ofrezca sus servicios dependerá su nivel de ingresos y beneficios.*

*La definición de los precios influye en las decisiones de los consumidores e indica al mercado el posicionamiento por el que ha optado la empresa (ejemplo: un móvil de 120€ o de 1500€).*

*Las empresas pueden recurrir a diferentes estrategias de precios en función de qué tipo de bienes o servicios ofrezcan, cómo quieran posicionarse en el mercado o cuándo tienen que lanzar un nuevo producto.*

* Estrategia de distribución y comercialización.

*Detallar los canales de distribución a utilizar, la política de descuentos y márgenes de los mismos, la importancia de los costes de distribución con respecto a los costes de comercialización y las posibilidades de exportación haciendo referencia a la distribución internacional, transporte, seguros, cobros a clientes internacionales, etc.*

* Estrategia de comunicación. Promoción y publicidad.

*Descripción de un plan de medios que recoja las medidas promocionales que se piensan lanzar, tales como mailings, RR.SS., presentaciones en ferias, artículos y anuncios en revistas especializadas, etc.*

*Explicar en qué medios y soportes vamos a invertir para dar a conocer nuestro producto/servicio a los clientes, en función del público objetivo de esos medios y el impacto pretendido en cada caso.*

*Explicar, en caso de ser beneficiarios de ayudas Leader (submedida 7119.02.01), a través de qué medios y soportes daremos publicidad a la concesión de dichas ayudas.*

* Estrategia de servicio post-venta y garantía

*Indicar la importancia que para el cliente potencial tiene el contar con tales servicios. Hay que especificar el tipo de garantía que se ofrece, su duración temporal, quién se encargará del servicio post-venta y los costes en que se incurre, y compararlos con lo ofertado por la competencia.*

1. **DESCRIPCIÓN TÉCNICA**

* Necesidades de espacio físico.
* Infraestructuras necesarias.
* Nivel tecnológico.
* Recursos materiales (maquinaria, utensilios, vehículos…).
* Actividades que desarrollar hasta poner el producto o servicio al alcance del consumidor final (proceso de producción, escandallo, duración del ciclo, costes fijos, costes variables, costes directos e indirectos…).
* Procesos de control de calidad.
* Capacidad de producción.
* Almacenamiento: rotación de inventarios de productos y materias primas, aprovisionamiento.
* Márgenes de la actividad.

1. **PLAN DE COMPRAS**

* Aprovisionamiento: materias primas y materiales necesarias, explicando sus características técnicas, materiales alternativos y sustitutivos y sus costes.

*En este sentido, la frecuencia de las compras dependerá de la rotación de inventarios, la demanda del mercado y las capacidades económicas y de almacenamiento de la empresa.*

* Selección de proveedores principales y alternativos.

1. **ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS**

* Funciones y actividades concretas.

*Descripción de las categorías laborales que existirán en la empresa, las tareas a desempeñar por cada una de esas categorías, las fórmulas de contratación y el número de trabajadores por categoría y puesto.*

* Puestos de trabajo actuales.

*Descripción de los puestos de trabajos actuales en la empresa y cumplimentación de las tablas con los datos requeridos sobre los puestos de trabajo existentes.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANTES DE LA INVERSIÓN** | | | | | |
| **Puestos** | **Porcentaje de jornada** | **Hombre** | **Mujer** | **Empleo por cuenta propia** | **Empleo por cuenta ajena** |
| Puesto 1 |  |  |  |  |  |
| Puesto 2 |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **EMPLEO ANTES DE LA INVERSIÓN** | **Total de jornadas** | Total jornadas hombres | Total jornadas mujeres |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MEDIA ANUAL DE TRABAJADORES EN ALTA AL SOLICITAR LA AYUDA** |  |

* Puestos de trabajo que crea o mantiene la actividad, detallando características de estos.

*Descripción de los puestos de trabajo que se van a crear en la empresa y explicación sobre los puestos de trabajo ya existentes que se mantienen con la implementación del proyecto.*

*Cumplimentación de las tablas con los datos requeridos.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CREACIÓN DE EMPLEO CON LA INVERSIÓN**  **(indicar solo puestos de trabajo que se crean nuevos)** | | | | | |
| **Puestos** | **Porcentaje de jornada** | **Hombre** | **Mujer** | **Empleo por cuenta propia** | **Empleo por cuenta ajena** |
| Puesto 1 |  |  |  |  |  |
| Puesto 2 |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CREACIÓN DE EMPLEO** | **Total de jornadas** | Total jornadas hombres | Total jornadas mujeres |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DESPUÉS DE LA INVERSIÓN** | | | | |
| **EMPLEO DESPUÉS DE LA INVERSIÓN** | **Total de jornadas** | **Total jornadas hombres** | **Total jornadas mujeres** | **Observaciones** |
|  |  |  |  |

1. **PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO**

* Plan de Inversiones iniciales

***Inmovilizado material***

*Descripción detallada de todos los elementos patrimoniales tangibles: bienes de equipo, mobiliario, instalaciones, … destinados a servir de forma duradera para el desarrollo de la actividad empresarial.*

***Inmovilizado intangible***

*Descripción del inmovilizado intangible con que cuenta la empresa.*

*Ejemplos: Gastos de investigación y desarrollo, concesiones administrativas, propiedad industrial, propiedad intelectual, fondo de comercio adquirido, derechos de traspaso adquiridos, franquicias, aplicaciones informáticas, …*

***Inmovilizado financiero***

*Descripción de los activos, de naturaleza financiera pura, que posee la empresa (acciones, bonos, préstamos a otras empresas, …) con la intención de conservar más de un año.*

* Inversiones para las que solicita ayuda

*De todas las inversiones iniciales necesarias para poner en marcha la actividad/servicio, se deberá especificar en la siguiente tabla para qué inversiones y gastos se solicita esta ayuda.*

*En caso necesario se podrá*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **INVERSIONES Y GASTOS PARA LOS QUE SE SOLICITA AYUDA (\*)** | | | | |
| **Capítulo** | **Concepto\*** | | **\*\*Importe total (€)** | **\*\*Importe sin IVA (€)** |
| \*Descripción detallada de cada una de las inversiones que se solicitan dentro de ese concepto con su importe | | \*\* En caso de solicitar varias inversiones dentro del mismo concepto trasladar aquí el importe total de todos ellos | |
| **0-Adquisición de bienes inmuebles** | **Edificios** |  |  |  |
| **1-Construcción o mejora de bienes inmuebles** | **Construcción de edificios/infraestructuras** |  |  |  |
| **Rehabilitación de edificios/infraestructuras** |  |  |  |
| **Instalaciones** |  |  |  |
| **2-Dotación de bienes de equipo** | **Maquinaria y equipos** |  |  |  |
| **Instalaciones para maquinaria y equipos** |  |  |  |
| **3-Costes generales** | **Redacción de proyectos – dirección de obras** |  |  |  |
| **Análisis y ensayos** |  |  |  |
| **Ingeniería de montaje y operación** |  |  |  |
| **Licencias de obra, de actividad clasificada, de primera utilización y otras tasas municipales** |  |  |  |
| **4-Inversiones intangibles** | **Adquisición, desarrollo y licencias de programas informáticos** |  |  |  |
| **5-Promoción y difusión del proyecto** | **Materiales divulgativos y su creación, alquiler de equipos y salas, brandings, caterings,** |  |  |  |
| **6-Asistencias técnicas** | **Contrataciones externas** |  |  |  |
| **Subcontrataciones externas (límite 20% presupuesto subvencinable total y cumplimiento de la base 8.3)** |  |  |  |

* Plan de financiación y fuentes de financiación

*Cumplimentar la tabla reflejando el* ***origen de los fondos*** *que van a posibilitar la financiación de la* ***ejecución total del proyecto****.*

*En Subvenciones, indicar la “Ayuda Leader” que se solicita para este proyecto.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PLAN DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO** *(Información sobre las fuentes de financiación que se emplearán para ejecutar la actividad prevista)* | | | |
| **PARTICIPACIÓN FINANCIERA DE LA PERSONA SOLICITANTE** | IMPORTE (€) | % SOBRE TOTAL |
| FONDOS PROPIOS |  |  |
| PRÉSTAMOS Recursos Ajenos a Largo y a Medio Plazo |  |  |
| PRÉSTAMOS Recursos Ajenos a Corto Plazo |  |  |
| **COSTE PRIVADO TOTAL: FONDOS PROPIOS + PRÉSTAMOS** |  |  |
| *(\*) Los fondos propios deben ser la participación financiera de la persona solicitante. Sin descontar ayudas o subvenciones al proyecto* | | |
| **SUBVENCIONES** |  |  |
| AYUDA LEADER |  |  |
| OTRAS AYUDAS CONCEDIDAS (NO LEADER) \* |  |  |
| TOTAL SUBVENCIONES |  |  |

* Cuenta de explotación proyectada a 5 años

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN** | | | 1er Año | 2º Año | 3er Año | 4º Año | 5º Año |
| **Ingresos** | 1. Ingresos por ventas o prestación de servicios | |  |  |  |  |  |
| 1. Imputación de subvenciones de inmovilizado. | |  |  |  |  |  |
| 1. Otros Ingresos: | Subvenciones de explotación |  |  |  |  |  |
| Ingresos por arrendamientos |  |  |  |  |  |
| Otros: ……………….. |  |  |  |  |  |
| **1- Total ingresos (a +b + c)** | |  |  |  |  |  |
| **Gastos** | 1. Aprovisiona-miento: | Consumo de mercaderías |  |  |  |  |  |
| Consumo de materias primas |  |  |  |  |  |
| Otros:……………………. |  |  |  |  |  |
| 1. Gastos de Personal | Sueldos y Salarios |  |  |  |  |  |
| Cargas Sociales |  |  |  |  |  |
| Otros: …………………….. |  |  |  |  |  |
| 1. Otros Gastos de Explotación | Arrendamientos |  |  |  |  |  |
| Reparaciones |  |  |  |  |  |
| Servicios de profesionales independientes |  |  |  |  |  |
| Seguros |  |  |  |  |  |
| Transportes |  |  |  |  |  |
| Publicidad |  |  |  |  |  |
| Suministros |  |  |  |  |  |
| Tributos |  |  |  |  |  |
| Otros: ………………………… |  |  |  |  |  |
| 1. Amortización del Inmovilizado | |  |  |  |  |  |
| **2- Total gastos (d+e+f+g)** | |  |  |  |  |  |
| **VABpb (1)-(2)+(g)** | | |  |  |  |  |  |
| **A- RESULTADO DE EXPLOTACION (1-2)** | | |  |  |  |  |  |
| **RESULTADOS FINANCIEROS** | | | 1er Año | 2º Año | 3er Año | 4º Año | 5º Año |
| **Ingresos** | 1. Intereses cuentas bancarias | |  |  |  |  |  |
| 1. Otros ingresos financieros | |  |  |  |  |  |
| **3- Total ingresos (h+i)** | |  |  |  |  |  |
| **Gastos** | 1. Intereses de préstamos bancarios | |  |  |  |  |  |
| 1. Intereses otros préstamos | |  |  |  |  |  |
| 1. Otros gastos financieros | |  |  |  |  |  |
| **4- Total gastos (j+k+l)** | |  |  |  |  |  |
| **B- RESULTADO FINANCIERO (3-4)** | | |  |  |  |  |  |
| **RESULTADOS DEL EJERCICIO** | | | 1er Año | 2º Año | 3er Año | 4º Año | 5º Año |
| **RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)** | | |  |  |  |  |  |
| **Impuesto de sociedades sobre beneficios (5)** | | |  |  |  |  |  |
| **RESULTADO DEL EJERCICIO: (A+B)-(5)** | | |  |  |  |  |  |

1. **CONCLUSIÓN**

*Justificar la conclusión a la que se ha llegado sobre la* ***viabilidad*** *del proyecto y su proyección futura tras el trabajo realizado con este plan de empresa.*

En , a  de de 202

Firma

D./Dª \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

NIF \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_