

Plan de Viabilidad

Empresas Comerciales y de Servicios que no incluyan transformación

Nº Expediente:	
Técnico:	
Fecha de recogida del plan:	
Fecha de entrega al técnico:	
Motivo/Incidencias:	
Microcréditos:	
Fecha de finalización:	
Llamada al emprendedor:	
Datos pasado a VUE:	

Nota: Para rellenar el plan de empresa, si no le cabe en los recuadros, cumpliméntelo en un documento adjunto siguiendo el índice de la numeración planteada a continuación.

Descargas

Este documento podrá descargarlo en:

www.creacionempresas.com/links/memoria.php

Podrá visitar nuestra página Web y ver la teoría más desarrollada como ayuda a este plan en:

www.creacionempresas.com/links/verteoria.php

Ó descargarla directamente en:

www.creacionempresas.com/links/teoria.php

CAPÍTULO 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

La elaboración del plan de viabilidad cumple un papel de primera importancia, tanto a la hora de analizar la conveniencia de emprender una nueva iniciativa empresarial, como al tratar de seleccionar la alternativa de expansión o reconversión más adecuada para el éxito futuro de un negocio ya en marcha. Sin embargo, para que realmente sea de utilidad es fundamental que el emprendedor adopte una actitud realista en la estimación de las magnitudes que se le solicitan a continuación. Recuerde que un proyecto magnífico, basado en hipótesis excesivamente optimistas, no le ayudará, más bien, todo lo contrario. Por tanto, le rogamos haga un esfuerzo por realizar estimaciones realistas sobre el nivel de actividad de su negocio.

1.1. Descripción de la Empresa

Datos de la Empresa			
Nombre Comercial de la Empresa			
Forma jurídica			
Fecha de constitución			
Fecha de comienzo de la Actividad			
Localización Física de la Empresa			
Nº de socios	Capitalistas:		
	Trabajadores:		
Nº de empleados iniciales			

1.2. Datos de los Promotores

Promotor 1							
Nombre y Apellidos							
DNI							
Fecha de nacimiento							
Lugar de nacimiento							
Domicilio							
Localidad							
Teléfono y Fax							
e-Mail							
Currículum:							
* Formación Académica							
* Experiencia Laboral							
Cuenta con experiencia previa en la actividad a desarrollar por su empresa (Señale con una "X"):	SI		NO				
Señale tipo de experiencia:	Empleado		Profesional		Empresario		
Indique el número de años de experiencia							

Promotor 2							
Nombre y Apellidos							
DNI							
Fecha de nacimiento							
Lugar de nacimiento							
Domicilio							
Localidad							
Teléfono y Fax							
Currículum:							
* Formación Académica							
* Experiencia Laboral							
Cuenta con experiencia previa en la actividad a desarrollar por su empresa (Señale con una "X"):	SI		NO				
Señale tipo de experiencia:	Empleado		Profesional		Empresario		
Indique el número de años de experiencia							

Promotor 3			
Nombre y Apellidos			
DNI			
Fecha de nacimiento			
Lugar de nacimiento			
Domicilio			
Localidad			
Teléfono y Fax			
Currículum:			
* Formación Académica			
* Experiencia Laboral			
Cuenta con experiencia previa en la actividad a desarrollar por su empresa (Señale con una "X"):	SI		NO
Señale tipo de experiencia:	Empleado	Profesional	Empresario
Indique el número de años de experiencia			

1.3. Descripción del Negocio

1.3.1. La Idea de creación de la Empresa

Describa cómo surge la idea de creación de la empresa.

1.3.2. Razones fundamentales que llevan a crear la Empresa

Señale las razones fundamentales que le llevan a crear su propia empresa (Marque con una X):

1. Ser su propio jefe		6. Imposibilidad de encontrar trabajo	
2. Tenía una idea para poner en marcha/detectó una oportunidad		7. Aprovechar subvenciones	
3. Mejora de la situación económica personal		8. Cobro único de la prestación por desempleo	
4. Por tradición familiar		9. Otros (<i>Especificar</i>):	

1.3.3. Objetivos que se desean conseguir

Detalle los objetivos personales, profesionales y empresariales que se desean conseguir con la puesta en marcha de la empresa.

CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

2.1. Descripción de la Actividad de la Empresa

2.1.1. Actividad de la Empresa

Comente cual es la actividad o actividades principales de la empresa. Comente qué otras actividades se prevén realizar.

2.1.2. Tipos de Productos / Servicios que va a ofertar

Comente los tipos de productos / servicios que se van a ofertar

2.1.3. Diferencias del Producto / Servicio en relación con otros similares existentes en el Mercado

Comente las principales diferencias del producto / servicio en relación con otros similares existentes en el mercado.

2.2. Líneas de Negocio/Productos/Servicios

Líneas de Negocio / Productos

Productos	
Producto 1	
Nombre	
Descripción	
Producto 2	
Nombre	
Descripción	
Producto 3	
Nombre	
Descripción	
Producto 4	
Nombre	
Descripción	
Producto 5	
Nombre	
Descripción	
Producto 6	
Nombre	
Descripción	
Producto 7	
Nombre	
Descripción	
Producto 8	
Nombre	
Descripción	

Líneas de Negocio / Servicios

Servicio	
Servicio 1	
Nombre	
Descripción	
Servicio 2	
Nombre	
Descripción	
Servicio 3	
Nombre	
Descripción	
Servicio 4	
Nombre	
Descripción	
Servicio 5	
Nombre	
Descripción	
Servicio 6	
Nombre	
Descripción	
Servicio 7	
Nombre	
Descripción	
Servicio 8	
Nombre	
Descripción	

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL MERCADO

El objetivo de este apartado es demostrar la viabilidad comercial del proyecto. Para ello es necesario determinar el ámbito geográfico, cuantificar el mercado potencial, agrupar el mercado en grupos homogéneos o segmentos con el mismo perfil de cliente, dividir los segmentos en subgrupos llamados nichos, seleccionar los nichos en los que nos interesa posicionarnos y calcular su demanda potencial y de ventas. Se analizarán las motivaciones y comportamientos de compra de los clientes y sus necesidades. Por último, se incluirá, en la medida de lo posible una reflexión sobre la evolución futura que se espera del mercado.

3.1. Análisis de la Demanda

Analice el mercado al que van dirigidos sus productos y servicios, su tamaño en unidades físicas y volumen de negocio del sector, su evolución, las tendencias observadas, su estructura, etc. Enumere los segmentos de mercado, decidiendo cuáles se van a explotar y cuáles se van a evitar y justificando el porqué. Describa el perfil del cliente de cada segmento y sus necesidades, cómo compran, cuándo y cuánto. Comente si existen posibles épocas del año de poco negocio y decidir cómo superar estos meses de poca actividad. Detalle si existen requisitos legales para vender en ese mercado o los requisitos de facto (como canales de distribución poderosos) que deben tenerse muy en cuenta.

3.2. Análisis de la Competencia

Identifique cuál es la competencia a la que va a estar sometida la empresa, cómo trabaja y cómo vende (nombre y marcas, productos, ventas y cuota de mercado, etc.), si hay algún competidor directo importante a tener en cuenta, etc. y cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa respecto a la competencia.

3.3. Análisis de los Proveedores

Detalle cómo la empresa va a proveerse de los materiales necesarios para la producción, productos o servicios que se van a comercializar. Identifique a los principales proveedores, los productos o servicios que suministran forma de pago, plazos de entrega, calidad, líneas de producto, etc. Comente qué criterios se van a utilizar para seleccionar a los proveedores y ¿qué criterios para la realización de pedidos.

3.4. Riesgos y Factores claves de éxito

Analice cuáles son los riesgos y factores claves de éxito en el sector y que pueden significar tanto oportunidades como amenazas para la empresa.

3.5. Análisis DAFO

Fortalezas y Debilidades del Proyecto Empresarial

¿Qué puntos fuertes y débiles considera que tiene su proyecto empresarial que le permita mantener una ventaja para competir en el medio y largo plazo?

Oportunidades y Amenazas del Sector

¿Qué oportunidades y amenazas observa en el sector que pueden afectar a su proyecto empresarial?

CAPÍTULO 4. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

El área de marketing y comercial es la responsable de crear la demanda y vender los productos en los distintos mercados. Para alcanzar este objetivo con éxito se deberán analizar las características del mercado, las acciones de la competencia y establecer un plan de marketing dirigido a mejorar la imagen de mercado incidiendo en factores clave como el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial entre otros.

El Plan de Marketing tiene como finalidad despertar el deseo del público objetivo seleccionado para que se sienta atraído y compre los productos o servicios de la empresa. Para ello, se establecen objetivos comerciales y estrategias para alcanzarlos.

Para cada segmento objetivo hay que describir lo que se conoce como marketing mix que es la combinación de cuatro variables que van a permitir abordar con éxito un mercado. Estas cuatro variables muy relacionadas entre sí son: el producto, el precio, la distribución y la promoción.

4.1. Política de Producto

Describa detalladamente la política de producto en términos de:

- Gamas, familias o líneas de productos se van a ofrecer y a qué clientes.
- Características técnico funcionales y servicios (¿qué son, cómo están integrados, qué hacen, para qué sirven?).
- Detalle la amplitud y profundidad de la línea de productos y servicios.
- Servicios relacionados con el producto, garantía, servicio técnico y servicio posventa.
- Presentación, empaquetado, etiquetado, nombre, tamaño, formatos, colores, etc.
- Marcas, submarcas, nombres de los productos y servicios.

4.2. Política de Precios

Describa la política de precio en términos de tarifas se van a aplicar, si los precios serán uniformes o variarán según el tipo de cliente, qué descuentos están permitidos, cuál será el crédito a clientes, analice los costes de fabricación o de prestación del servicio, así como los precios de mercado.

4.3. Canales de Distribución

Identifique los posibles canales de distribución y cómo funcionarán. Decida si el producto se distribuirá directamente por la nueva empresa o se van a necesitar distribuidores para hacerlos llegar al cliente final.

4.4. Estrategia de Promoción

Describa qué métodos se van a usar para contactar con los clientes, para realizar su seguimiento y para cerrar las ventas; si se van a utilizar vendedores y con qué características, etc., qué materiales de apoyo van a usar, qué imagen global van a presentar, etc. Indicar qué medios de promoción y publicidad se va a usar y con qué presupuesto se cuenta como apoyo a la labor de los comerciales o de los distribuidores.

4.5. Plan de Ventas

Detalle una previsión de ventas para los primeros años y, si es posible, qué cuota de mercado se va alcanzar. Las previsiones hay que realizarlas tanto en unidades como en euros, indicando los productos, los clientes, las regiones, etc., que van a aportar volumen de negocio y en qué medida lo van a hacer. Analice el coste que va a suponer realizar esas ventas, no tan sólo costes de materiales y de fabricación, sino también de distribución, comisiones, servicio post-venta, etc. identificando posibles riesgos en las variaciones de precios de compra.

CAPÍTULO 5. PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

El área de producción tiene un objeto claro: atender las necesidades de los clientes de la forma más eficiente y menos costosa, dentro de unos estándares de calidad. Para ello se deberá decidir el plan de producción u operaciones, en caso de prestación de servicios, en función de las previsiones de ventas. Esto supone adecuar la capacidad de producción (limitada por la maquinaria, las materias primas y los operarios) para abastecer correctamente a los clientes.

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones.

En este sentido, se analizarán las infraestructuras e instalaciones, el equipamiento, los requerimientos técnicos de los productos y características de los servicios, el proceso productivo y de prestación del servicio, los costes, los planes y programas de producción, así como las políticas de mantenimiento, seguridad y prevención laboral.

5.1. Infraestructuras e Instalaciones

Describa las instalaciones de producción o prestación del servicio, así como, las de almacenaje y distribución con las que prevé contar la empresa (localización, ubicación, superficie, distribución y disposición de la maquinaria, estanterías, señalización, etc. (lay-out). Detalle de la maquinaria, herramientas, utillajes y otros equipamientos que va a emplear en la producción, prestación del servicio, almacenaje y distribución. Comente si dicho equipamiento introduce mejoras, innovación o tecnología más moderna, frente a los actuales competidores.

5.2. Proceso de Fabricación/Prestación del Servicio

Enumere las fases o etapas de producción de los productos/servicios que se comercializarán (acompañar con gráficos, planos, figuras, ..etc.). Comente cuáles son los puntos críticos del proceso. Cuál es la capacidad máxima en unidades de servicio que la empresa puede prestar en cada ejercicio durante el periodo de previsión. Comente qué mecanismos de control de la calidad estableceremos a la producción. Explique cómo se diseñará el producto o servicio para adaptarlo a las exigencias del mercado. Por último, qué novedades en cuanto a innovación o tecnología incorporaremos o no al sistema productivo frente a la competencia.

5.3. Aprovisionamiento y logística

Comente qué cantidad de materias primas necesitamos para elaborar cada unidad de producto terminado. Realice una previsión de unidades de producto se van elaborar cada ejercicio para cubrir las ventas previstas. Explique cuáles son las necesidades de maquinaria, personal y tiempo se requieren cada ejercicio para elaborar la unidades de producto previstas. Qué políticas prevé la empresa implantar para la gestión de stock y almacenaje de materias primas y auxiliares, productos semiterminados y productos terminados.

CAPÍTULO 6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

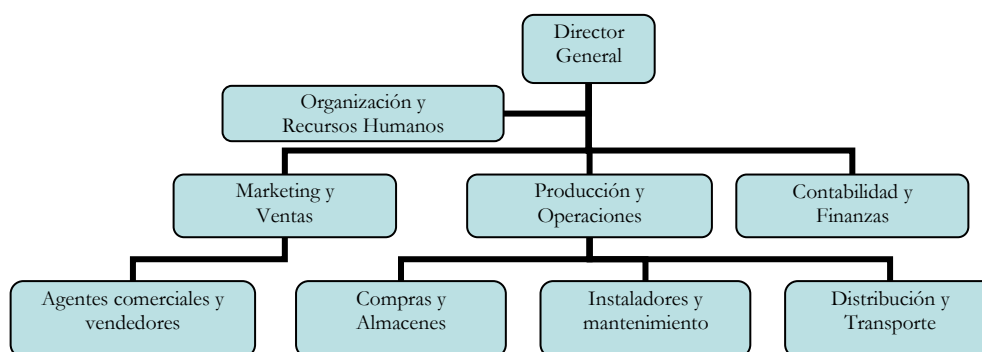
En cuanto al área de Recursos Humanos, es la encargada de la selección, formación y contratación del personal de las distintas categorías profesionales de la empresa. Por lo tanto se deberá hacer un seguimiento del mercado laboral, además de establecer una coordinación con las demás áreas para estimar las necesidades en reclutamiento y formación de la plantilla. Otro aspecto fundamental es la definición de una política salarial atractiva para que el personal esté motivado y sea productivo

El Plan de Organización y de Recursos Humanos tiene como finalidad analizar, seleccionar, evaluar y controlar los recursos humanos en la empresa. Para ello, se deberá elaborar un organigrama y definir las funciones, tareas, responsabilidades y perfil de cada puesto de trabajo, así como las políticas reclutamiento, selección, contratación, formación y motivación del personal. Además, se establecerán canales de comunicación con los trabajadores y, políticas de detección y resolución de conflictos. Por último, se elaborará un plan de seguridad e higiene en el trabajo.

6.1. Organigrama

Comente qué estructura o departamentos tendrá la empresa, número de personas a cargo de cada departamento y cuáles son sus funciones, tareas y responsabilidades. Comente la interdependencia entre departamentos y los mecanismos de comunicación.

Ejemplo:



6.2. Equipo Directivo

Realice una breve reseña sobre el equipo directivo que gestionará la empresa; formación, experiencia, habilidades, éxitos, etc.

6.3. Perfiles Profesionales

Comente los perfiles profesionales que necesita que cumplan los trabajadores de la empresa. Describa dichos perfiles detallando los requerimientos de cualificación; formación académica, experiencia profesional, habilidades directivas y profesionales, así como, de actitud y motivación. Hay que indicar qué personal va a ser necesario para operar la empresa. Comente el número de puestos de trabajo requeridos para cada perfil profesional.

6.4. Política Retribución

Comente la política de retribución del personal; salarios, incentivos, comisiones por productividad o venta, etc.

6.5. Políticas de RRHH

Comente qué políticas de reclutamiento y selección de personal se van a seguir. Comente si considera relevante aspectos legales de la contratación de trabajadores y las cargas sociales que esto implica, así como su adaptación en función del crecimiento de la empresa. Comente las políticas de formación, de promoción y motivación del personal.

6.6. Políticas Operativas

Comente otros aspectos relacionados con el puesto de trabajo; medidas de seguridad e higiene y plan de prevención de riesgos laborales. Comente si existe alguna normativa de seguridad e higiene que sea de aplicación por el tipo de actividad a realizar por la empresa, así como qué medidas de seguridad e higiene vamos a aplicar.

6.7 Retribución. Gastos de Personal

a) Trabajadores

Cuantifique el número de trabajadores que va a contratar, el sueldo bruto de cada uno y la categoría profesional.

Gastos de Personal			
Categoría profesional	Nº de trabajadores	Salario Bruto Mensual	IRPF
			%
			%
			%
			%
			%
			%

Determine el porcentaje de variación del gasto del personal respecto del año anterior

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación de los salarios					

b) Empresarios (autónomos)

Cuantifique el número de socios que tienen un cargo remunerado en la empresa, el sueldo bruto de cada uno y la categoría profesional.

Gastos de Personal				
Categoría profesional	Nº de empresarios	Salario Bruto Mensual	IRPF	¿Hombre menor de 31 años o Mujer menos de 36 años?
			%	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			%	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			%	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			%	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			%	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

Determine el porcentaje de variación del gasto de los empresarios respecto del año anterior

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación de los salarios					

CAPÍTULO 7. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

En este capítulo se va a proceder al cálculo de la **inversión inicial** para la puesta en marcha de la iniciativa empresarial. De esta forma se podrá conocer las necesidades de financiación externa para completar los recursos propios.

La inversión inicial se puede clasificar en aquella destinada a la adquisición de activos fijos más los suministros necesarios para el inicio de la actividad y, por otro, la tesorería inicial necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad hasta que la empresa pueda aportar fondos para hacer frente a los pagos.

7.1. Inversión Inicial

Comente y detalle la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa y acondicionamiento del local, también incluya **la primera compra** de mercancía **o materia prima**

Conceptos	Inicial
Inversiones Materiales	
Terrenos y bienes naturales	
Edificios administrativos y comerciales	
Naves industriales y almacenes	
Instalaciones técnicas	
Maquinaria	
Utillaje	
Mobiliario	
Equipos procesos de Información	
Elementos de transporte	
Otro inmovilizado material	
Inversiones Inmateriales	
Gastos I+D	
Concesiones administrativas	
Propiedad industrial	
Fondo de comercio	
Derecho de traspaso	
Aplicaciones informáticas	
Derecho bienes arrend. financiero (leasing) (1)	
Fianzas y Depósito a L/P.	
Fianzas a Largo Plazo	
Gastos de formalización de Leasing	
Otras inversiones a largo plazo	
Gastos Amortizables	
Gastos de constitución	
Gastos de registros	
Colocación de títulos	
Tributos	
Otros gastos de constitución	

Gastos de Primer Establecimiento	
Estudios de viabilidad	
Gastos técnicos	
Formación del personal	
Publicidad	
Otros gastos de establecimiento	
Inversión Inicial en Circulante	
Tesorería inicial	
Total Desembolso Inicial	

(1) Detalle del Leasing (Derechos sobre arrendamientos financieros)

Conceptos	Inicial		
	Leasing 1	Leasing 2	
Principal			€
Comisión de apertura			%
Tipo de interés anual			%
Plazo de devolución			Años
Se ejercerá la opción de compra	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Años
Concepto del inmovilizado			

7.2. Financiación Inicial

Comente qué recursos propios dispone para acometer el proyecto. Expresar si está participada por otra empresa o entidad el porcentaje de ésta. Describa cuáles son sus necesidades de préstamos y crédito en función de lo previsto en el proyecto de inversión financiera. Describa de qué garantías o avales puede disponer en caso de que se le soliciten por parte de las entidades bancarias, entes públicos. Describa las posibles ayudas a las que podría tener acceso en función de sus circunstancias o razón social relacionada a la Administración, tipo de ayuda, importe a solicitar.

Conceptos	Inicial
Financiación Propia	
Capital	
Financiación Ajena	
Préstamos bancarios a largo plazo (1)	
Acreedores arrendam. financiero (2)	
Subvenciones de capital	
Préstamo de socios a la sociedad	
Otras deudas (familiares, amigos, etc.)	
Total Financiación	

(1) Detalle del Préstamo

Conceptos	Inicial			
	Préstamo 1	Préstamo 2	Préstamo 3	
Importe				€
Comisión de apertura				%
Tipo de interés				%
Duración				Años
Carencia				Años
Periodicidad				Meses

(2) Importe de la operación del leasing

CAPÍTULO 8. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

La empresa posee un área de I+D+I. Su trabajo consiste en llevar a cabo un proceso de investigación que permite, por un lado, conseguir innovaciones que aplicar a los productos existentes, y por otro desarrollar prototipos de otros nuevos. Con una adecuada inversión se podrá conseguir que la concepción técnica y el diseño de los productos sean superiores a los de la competencia, lo cual repercutirá muy positivamente en la imagen de marca de la empresa.

8.1 Innovación

Comente si se prevé introducir algo nuevo, crear nuevos conceptos e ideas que originen nuevos procesos, productos, servicios y estrategias en la gestión de la empresa.

8.2 Propiedad Industrial

Comente si la empresa ha protegido o prevé proteger o patentar sus invenciones o modelos de utilidad con el objetivo de impedir la copia o plagio, así como para garantizar un mercado para el producto. En caso afirmativo, comente qué invenciones se han registrado o se prevén registrar.

8.3 Propiedad Intelectual

Comente si la empresa ha protegido o prevé proteger a través del Registro de la Propiedad Intelectual sus creaciones originales literarias, artísticas o científicas. En caso afirmativo, comente qué creaciones se han registrado o se prevén registrar.

CAPÍTULO 9. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Si se decide desarrollar negocio en el entorno del Comercio Electrónico, la empresa deberá tener una página web suficientemente potente como para poder soportar el volumen de tráfico de visitas. La capacidad del sistema, y de gestionar los picos de visitas, es fundamental para la imagen de eficiencia que se debe transmitir a los clientes potenciales.

9.1 Medios

Comente qué tecnologías o sistemas se utilizará para administrar la información en su empresa así como los medios de comunicación (televisión interactiva por cable y satélite, video interactivo, videotexto o teletexto, web, multimedia, CDROM, videoconferencia, skype, sistemas expertos, de optimización, realidad virtual, etc.).

9.2 Hardware

Comente el hardware o equipos de informática que se utilizará (PC, portátil, impresora, PDA, tablet PC, móvil, escáner, ploter, multifunción, terminal punto de venta (TPV), lector de códigos de barras, etc.)

9.3 Software

Comente las herramientas o programas informáticos; aplicaciones de gestión empresarial (contabilidad, facturación, almacén, pedidos, clientes, etc.), de gestión documental, ofimáticas (procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos), de comunicaciones (navegadores web, correo electrónico, etc.), de seguridad (firewall, antivirus, etc.), gestión de proyectos, teleservicios (teleformación, telemedicina, teleasistencia, etc.).

CAPÍTULO 10. CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Como ocurre en el día a día de las empresas, pueden darse distintos tipos de eventos fortuitos que puedan interrumpir las actividades de la empresa: productos defectuosos peligrosos para el medio ambiente, materias primas y stocks que puedan ser destruidos, las máquinas pueden sufrir averías, o los empleados sufrir accidentes laborales o domésticos. Para prevenir semejantes problemas, habrá que contratar un seguro o invertir en la prevención d accidentes y daño al medio ambiente.

10.1 Calidad

Comente si se prevé crear un sistema de gestión de la calidad en la empresa. En caso afirmativo, ¿lo certificará?, ¿a través de qué normas?

10.2 Medio Ambiente

Comente si se prevé crear un sistema de gestión medio ambiental en la empresa. En caso afirmativo, ¿lo certificará?, ¿a través de qué normas?

10.3 Prevención de Riesgos Laborales

Comente si prevé elaborar un Plan de Prevención de Riesgos Laborales. ¿Conoce las normas de prevención y seguridad laboral para la actividad de su empresa?

CAPÍTULO 11. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

Este capítulo tiene como objetivo analizar la viabilidad económica y financiera del negocio durante el periodo de planificación. Normalmente, el periodo de planificación estará comprendido entre 1 y 5 años. Para ello, se realizará un Plan de Inversiones detallándose los activos y un Plan de Financiación con las fuentes de recursos propios o ajenos necesarias para realizar las inversiones, así como el funcionamiento de la empresa **durante este periodo de tiempo**.

Además, se realizará una **previsión** de Ingresos con las ventas de productos y de servicios propios de la actividad empresarial, así como de otros ingresos extraordinarios. Asimismo, se elaborará una previsión de Gastos que recoja las compras de materias primas y componentes, el aprovisionamiento de suministros, los gastos de personal, los impuestos y los gastos generales.

Realice una introducción del estudio de viabilidad económico y financiero. Comente brevemente con qué recursos propios se dispone para acometer el proyecto. Expresar si está participada por otra empresa o entidad el porcentaje de ésta. Describa cuáles son sus necesidades de préstamos y crédito en función de lo previsto en el proyecto de inversión financiera. Describa de qué garantías o avales puede disponer en caso de que se le soliciten por parte de las entidades bancarias, entes públicos,...

11.1. Plan de Inversiones. Inversiones realizadas durante el desarrollo de la actividad.

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones Materiales					
Terrenos y bienes naturales					
Edificios administrativos y comerciales					
Naves industriales y almacenes					
Instalaciones técnicas					
Maquinaria					
Utillaje					
Mobiliario					
Equipos procesos de Información					
Elementos de transporte					
Otro inmovilizado material					
Inversiones Inmateriales					
Gastos I+D					
Concesiones administrativas					
Propiedad industrial					
Fondo de comercio					
Derecho de traspaso					
Aplicaciones informáticas					
Derecho bienes arrendam. financiero (leasing) (1)					
Fianzas y Depósito a L/P.					
Fianzas a Largo Plazo					
Otras inversiones a largo plazo					
Total inversiones					

(1) Detalle del Leasing

Conceptos	Año 1 al 5		
	Leasing 1	Leasing 2	
Principal			€
Comisión de apertura			%
Tipo de interés anual			%
Plazo de devolución			Años
Año de la firma del contrato			(1,2,3,4,5)
Se ejercerá la opción de compra	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Años
Año de la firma del contrato			Año
Concepto del inmovilizado			

11.2. Plan de Financiación

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Financiación Propia					
Capital					
Financiación Ajena					
Préstamos bancarios a largo plazo (1)					
Acreedores arrendam. financiero					
Subvenciones de capital					
Préstamo de socios a la sociedad					
Otras deudas (familiares, amigos, etc.)					
Total Financiación					

(1) Detalle del Préstamos

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Importe						€
Comisión de apertura						%
Tipo de interés						%
Duración						Años
Carencia						Años
Periodicidad						Meses

11.3. Previsión de Ventas

A.1 Ventas de Productos/Servicios (Importe Total)

Nota: Determine el importe total de aquella parte de las ventas que no dispone de información sobre unidades y precios de venta.

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas (sin IGIC)					
A.1) Ventas sin Detalle (importe total)	€	%	%	%	%

B.1 Venta de Productos (Uds. por Precio)

Nota: Trabaje con la siguiente tabla principalmente cuando pueda determinar las unidades de productos que prevé vender y sus precios.

Cálculo del Margen: Si compra un producto a 150€ y lo vende a 200€, el margen se calcula como: $(200-150)/200=0,25$ por tanto, el margen tiene un valor del 25%

Conceptos	Año 1		
Línea / Producto	Unidades	Precios	Margen
Producto 1			
Producto 2			
Producto 3			
Producto 4			
Producto 5			
Producto 6			

Conceptos	Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Incremento Unidades y Precios	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Producto 1	%	%	%	%	%	%	%	%
Producto 2								
Producto 3								
Producto 4								
Producto 5								
Producto 6								

B.2 Venta de Servicios (Uds. por Precio)

Nota: Trabaje con la siguiente tabla principalmente cuando pueda determinar las unidades de servicios que prevé vender y sus precios.

Conceptos	Año 1	
Línea / Servicio	Unidades	Precios
Servicio 1		
Servicio 2		
Servicio 3		
Servicio 4		
Servicio 5		
Servicio 6		

Conceptos	Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Incremento Unidades y Precios	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Servicio 1	%	%	%	%	%	%	%	%
Servicio 2								
Servicio 3								
Servicio 4								
Servicio 5								
Servicio 6								

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros Ingresos (Importe)					
Ingresos de inversiones financieras(5)					
Otros ingresos de explotación(6)					
Subvenciones de explotación(7)					

(5) Hace referencia a las cantidades percibidas en concepto de intereses por inversiones en depósitos bancarios, deuda pública, o bien, a las ganancias (o pérdidas) obtenidas en operaciones de compra-venta de acciones, fondos de inversión, etc.

(6) Se incluyen en esta partida el resto de ingresos regulares que obtiene la empresa y que no procedan de su actividad principal, es decir, de la venta de productos o de la prestación de los servicios. Por ejemplo, la renta del alquiler de un local, ingresos por comisiones, etc.

(7) Son cantidades concedidas por las Administraciones Públicas, empresas o particulares al objeto de compensar a la empresa por la venta de productos o la prestación de servicios en condiciones sociales, es decir, a precios inferiores a los habituales en el mercado. Por ejemplo, una guardería que oferta plazas gratuitas a las familias con menor renta del municipio y recibe una subvención del Ayuntamiento.

Estacionalidad de las Ventas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pdtos./SS.	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Importe												

Forma de Cobro a Clientes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aplazamiento del Cobro					
% de Ventas cobradas al contado	%	%	%	%	%
% de Ventas con pago aplazado	%	%	%	%	%
Plazo (en días)					
Días de plazo para cobro a clientes	días	días	días	días	días

Política de Dividendos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dividendos a repartir	%	%	%	%	%

11.4. Previsión de Compras de mercancías / materia prima necesarias para el desarrollo de la actividad

A.1 Compra de Productos/Servicios (Importe Total)

Nota: Determine el **Importe total** de aquella parte de las compras que **no dispone de información sobre unidades y precios de compra**. Dicho importe debe ser sin IGIC.

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productos					
Importe de las compras sin detalle de los productos que se venden durante el ejercicio	€	%	%	%	%
Otras compras de productos sin detalle que no se venden y se mantienen en inventario	€	%	%	%	%

B.2 Compra de Productos (Unidades por Precio)

Nota: Trabaje con la siguiente tabla principalmente **cuando puede determinar las unidades de productos que prevé comprar y sus precios**.

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Líneas de Productos	Unidad	Variación	Variación	Variación	Variación
Producto 1		%	%	%	%
Producto 2		%	%	%	%
Producto 3		%	%	%	%
Producto 4		%	%	%	%
Producto 5		%	%	%	%
Producto 6		%	%	%	%

	Und	Precio	Und	Precio	Und	Precio	Und	Precio	Und	Precio
Envases y Embalajes		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Varios		%	%	%	%	%	%	%	%	%

Nota: El precio de compra se ha establecido con el margen que indicó en **Ingresos por Ventas (B1)**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Existencias finales (Sin IGIC)	Importe	Importe	Importe	Importe	Importe
Envases					
Embajales					

Estacionalidad de las Compras	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pdtos./SS.	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Importe												

Forma de Pago a Proveedores	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aplazamiento del Pago					
% de Compras pagadas al contado	%	%	%	%	%
% de Compras con pago aplazado	%	%	%	%	%
Plazo (en días)					
Días de plazo para pago a proveedores	días	días	días	días	días

11.5. Previsión de Gastos

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos					
Primas de seguro					
Gastos de I+D ejercicio					
Arrendamientos y cánones					
Reparaciones y conservac.					
Servicios de profesionales					
Transportes					
Servicios bancarios y simil.					
Publicidad, propaganda					
Suministr (agua, elect. tlf.)					
Impuestos (IBI, etc.)					
Varios					
Total Gastos Generales					

Impuestos sobre Beneficios	
Tributación en el Impuesto sobre Beneficios	
Si la empresa tributa en (IS / IRPF)	<input type="checkbox"/> Impuesto de Sociedades <input type="checkbox"/> Impuesto Renta de las Personas Físicas
Si tributa por IRPF, régimen (ES / ED / MO)	<input type="checkbox"/> Esti. Directa Simplificada <input type="checkbox"/> Esti.Directa <input type="checkbox"/> Esti. Objetivo o Módulos
Si tributa por módulos (MO) cuota trimestral	
¿Es la empresa una cooperativa?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

Nota: La evaluación económica de proyectos se basa en estimaciones sobre la evolución futura de variables como el coste inicial de la inversión, previsiones de ingresos y gastos, etc. La bondad de los resultados dependerá, en gran medida, de los datos que hayan utilizado en su elaboración y que, en cada caso, han sido aportados por el propio interesado. A este respecto, hay que señalar que la Cámara de Comercio, Industria y Navegación no entra en valoraciones sobre la calidad de las predicciones que de estas variables hagan los emprendedores.

Asimismo, indicamos que los resultados de este estudio económico financiero, no tendrá validez a efectos de presentación en otros organismos y entidades bancarias sin el sello de la Cámara de Comercio Industria y Navegación de la provincia correspondiente.