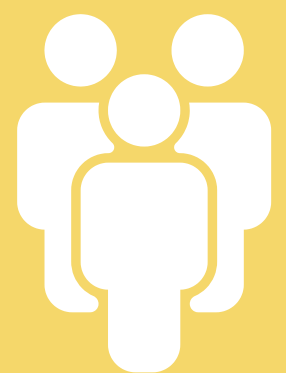




PLAN DE EMPRESA

EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA



¿EN QUÉ PUNTO ESTAMOS?

Idea negocio navidades

- Plan empresa = documento único, completo y presentado
- ¿Tengo clara la idea de negocio?



Próximos eventos

17 Enero 2023

Departamento de Marketing



23 Enero 2023



16 Febrero 2023

Anuncio para atraer al cliente con nuestro producto o servicio.
90 Segundos máximo

ÍNDICE

1

IDEA NEGOCIO

2

MERCADO

3

MARCA

4

PROTOTIPADO

5

**VENTAS Y
PRODUCCCIÓN**

6

MARKETING

7

EQUIPO

8

**PLAN
FINANCIERO**

9

FINANCIACIÓN

1

IDEA DE NEGOCIO

Validar la hipótesis, comprobar que los clientes quieren este producto

3. Oportunidad / problema-solución

Oportunidad: informes, artículos, noticias relacionadas con el asunto que lleven a darse cuenta del problema. Es suficiente con indicar titulares, remarcar párrafos o dar cifras.

Estudio de mercado + validación de hipótesis (encuesta, focus group...)

Propuesta de valor/solución

- Descripción – lean canvas (hipótesis validadas)
- Ventaja competitiva - DAFO / fuerzas de Porter

2

MERCADO

- Segmentación mercado = TARGET
- Estudio cliente: Mapa de empatía y buyer persona
- Tabla competencia

4. Mercado

- Tendencias
- General: clientes, proveedores, competencia, canales de distribución, agentes, franquicias, precios, productos sustitutos...
- Tamaño
 - ▶ TAM-SAM-SOM
 - ▶ Segmentación de mercado
- Cliente: Client profile – buyer persona
- Operativa: explicar quién, cómo, cuándo se vende nuestro producto o servicio (canales, indagar si existe una regulación específica que nos pueda generar problemas...).
- Competencia: Tabla comparativa competencia

HERRAMIENTAS



Ver vídeos Plataforma Startup Progame:

- Propuesta de Valor
- Mercado



Hipótesis general



Dos hipótesis mas concretas

ENCUESTA



ENTREVISTAS

- Buyer Persona
- Mapa empatía
- Grupos
- Dirigida

OTROS

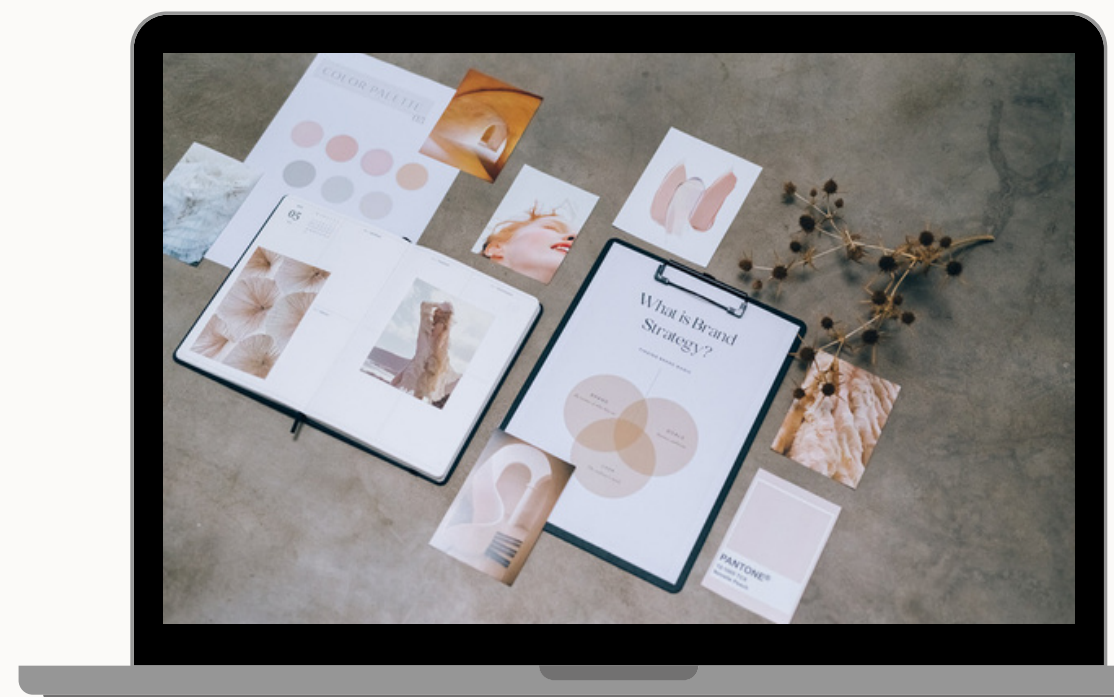
- Landing
- Networking
- Foros
- Redes sociales
- Ferias



BUYER PERSONA			
INFORMACIÓN PERSONAL	Localización. Edad. Género. Estado Civil. Educación. Ingresos Anuales	INFORMACIÓN PROFESIONAL	Empresa. Sector. Responsabilidad. Trayectoria. Habilidades. ¿Qué necesita? ¿Cómo mide el éxito?
INTERESES Y HOBBIES	¿Qué le gusta hacer y qué le aporta?	METAS Y DESAFÍOS	Objetivos en el trabajo y en la vida. Problemas para alcanzarlos
COMPORTAMIENTO	¿Tiene mucho tiempo libre? ¿Qué lee? ¿Quiénes son sus referentes?	MAYORES TEMORES	¿Qué le asusta? ¿Lo podemos solucionar nosotros?
NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO	¿Qué problema resuelve? ¿Qué necesidad cubre? ¿Qué nos diferencia de los competidores? ¿Cuál es nuestra propuesta de valor?		

3

MARCA



6. Estrategia: detalle planes y road map recopilatorio

a) Plan de producto

- Demo/mockup/MVP
- Branding: nombre, logo, dominio, storytelling de la marca
- Trade marketing: Etiquetas, packaging, catálogos, tarjetas de visita
- Propiedad intelectual

Branding: Nombre, logo, storytelling...

Mockups, diseño visual y estética web/app

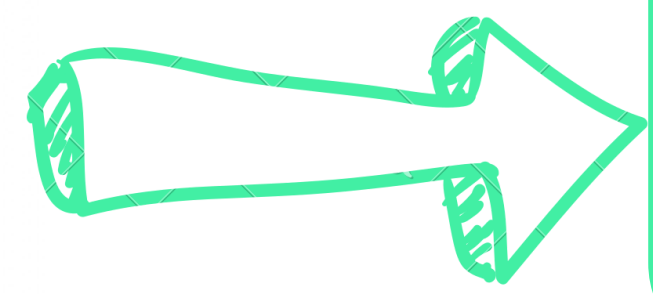
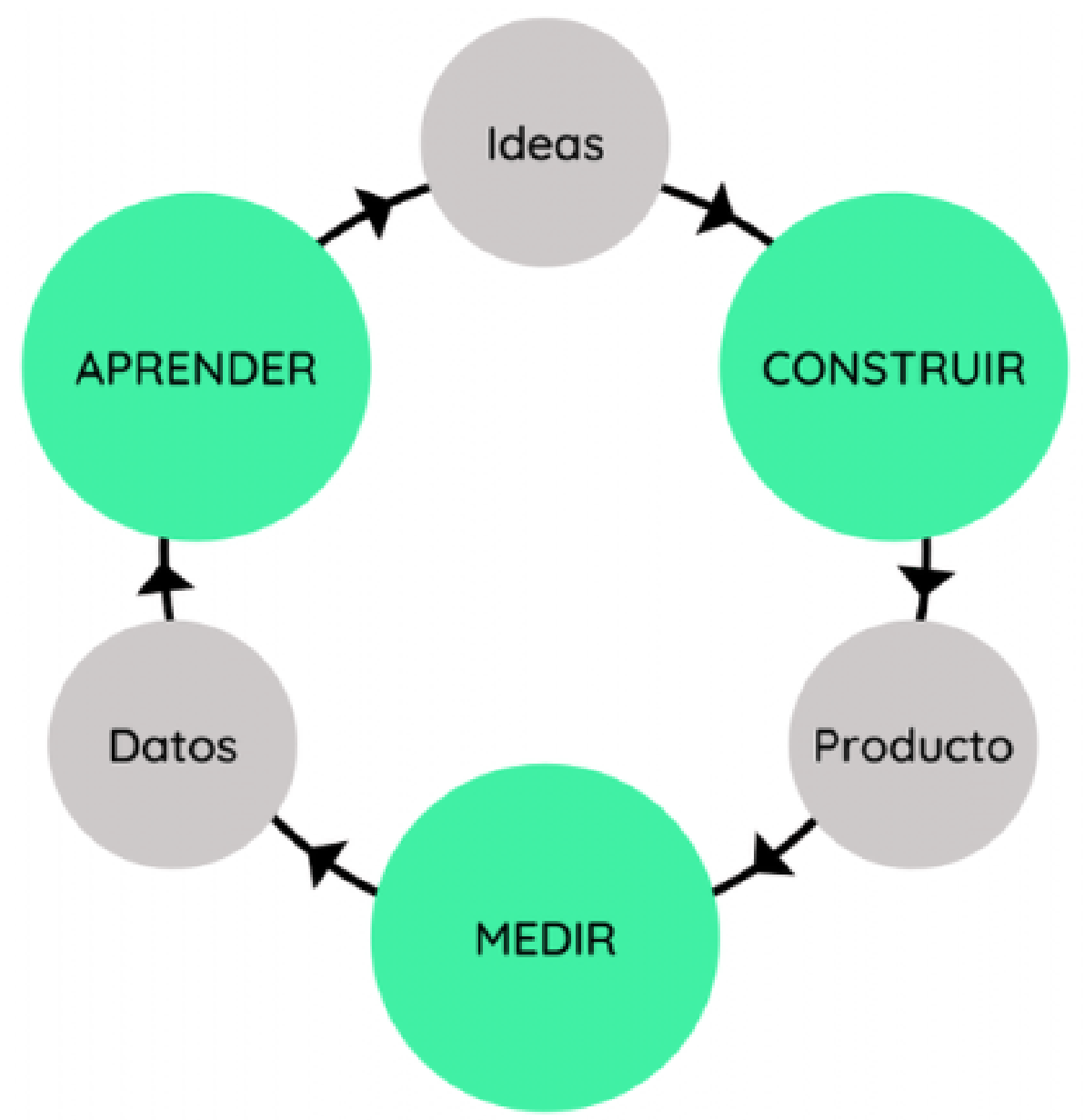
Apartado: ¿Quiénes somos? Misión, visión y valores

Anuncio clientes: Startup Programme

Plataforma Startup Progame:

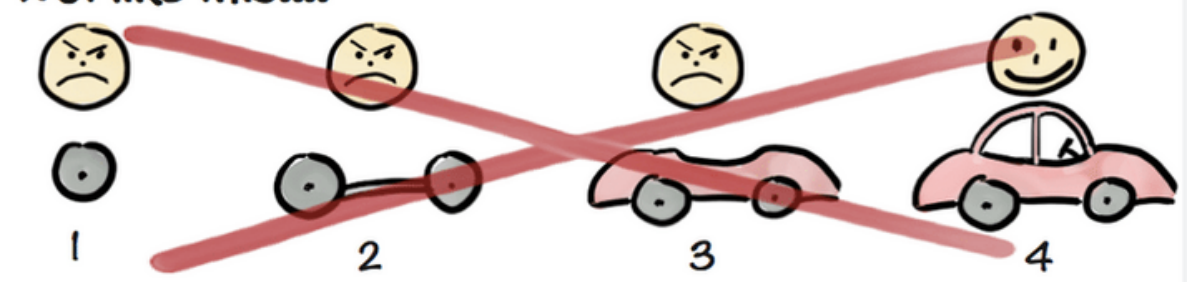
- Equipo: píldora marca personal
- Estrategia: píldora plan de producto

4 PROTOTIPADO

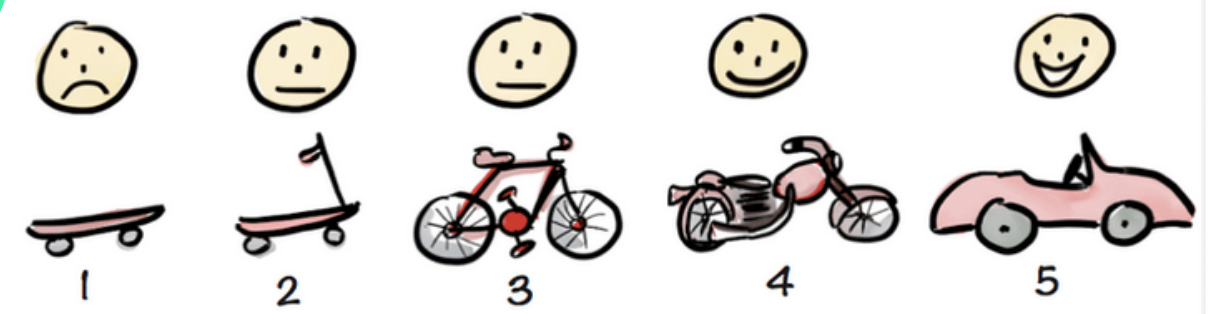


MVP
Producto
mínimo
viable

Not like this....



Like this!



5

VENTAS Y PRODUCCIÓN



VENTAS

Plan de ventas: métricas comerciales-cuanto vamos a vender.

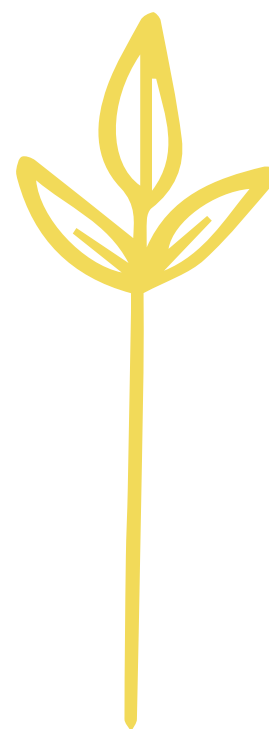
Ventas: establecer períodos de control: diarias, semanales, por estación, anuales...

Nº clientes: No confundir nº de visitantes. Los clientes son los que pagan

Ticket medio: Ventas totales/nº de transacciones

Canasta promedio: Cantidad de unidades vendidas/Nº de transacciones

Canales de distribución: tipos y estrategia



PRODUCCIÓN

Plan de producción: métricas de producción-cuanto vamos a producir

Costes materias primas, infraestructura, tecnología

Rotación de inventario: Coste de ventas/Inventario medio (a coste)

MARKETING

1

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- Métricas
- Qué y cuántos clientes se destina...

2

ESTRATEGIAS ONLINE/OFFLINE

3

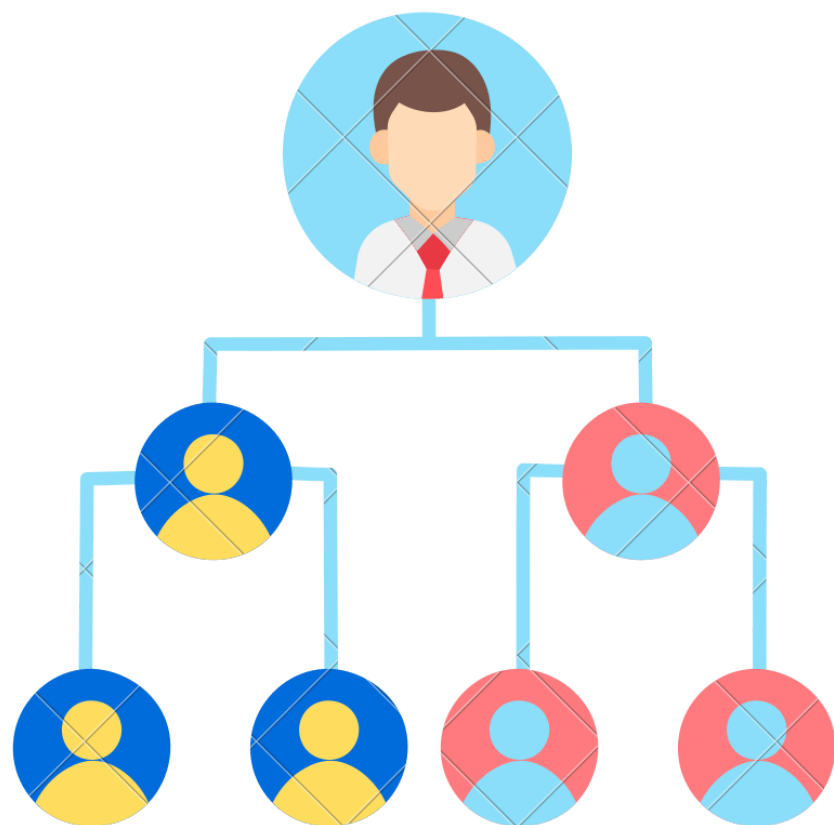
CAC y LTV



7 EQUIPO

PLAN PERSONAL

Necesidades de personal y organigrama a un año vista



VUESTRO EQUIPO

De cada miembro: formación, experiencia, posiciones laborales y logros que le den un valor en la industria, **claves de por qué es importante que esté en el equipo**, qué función va a realizar... información destacable – becas, premios, aficiones.



8

PLAN FINANCIERO

PLAN FINANCIERO

PROYECCIÓN 5 AÑOS

*ESTADOS
FINANCIEROS*

MARGEN BRUTO

EBITDA

*ESCENARIOS RIESGO-
IMPACTO-
PROBABILIDAD-
ACCIONES*

**PyG
Balance
Tesorería
Ratios**



ROADMAP

**Principales hitos a nivel producto,
captación de clientes y financiación,
representados en una línea temporal.**





9

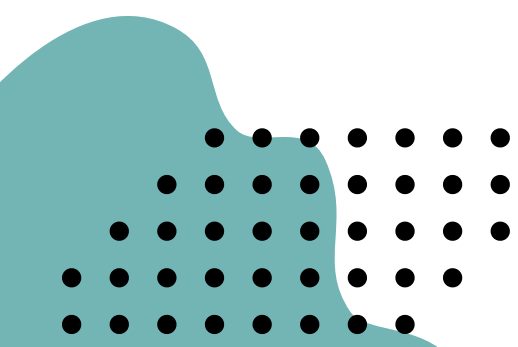
FINANCIACIÓN



¿QUIÉN PONE EL DINERO?

¿CUÁNTO? MOTIVO

*CONDICIONES: TIPOS INTERÉS, PLAZOS, % CAPITAL, PLAZOS
EN LOS QUE SE REALIZAN INVERSIONES...*



PLANNING

	SEMANA	TRABAJO A REALIZAR
ENERO	9 AL 13	Semana BeTechCamp
	16 AL 20	Mercado (E1) y Marca (E2)
	23 AL 27	Mercado (E1) y Marca (E2)
FEBRERO	30 AL 3	Grabación anuncio Startupp Programe
	6 AL 10	Ventas y producción (E1) y Marketing+ Equipo (E2)
	13 AL 17	Plan financiero (E1) y Financiación (E2)
	20 AL 24 (2H)	Resumen ejecutivo + temas pendientes
MARZO	27 AL 7	SEMANA EXÁMENES: EXPOSICIONES

We Can Do It!

