



## Plan de empresa

En esta unidad hemos estudiado aspectos importantes a la hora de desarrollar un plan de empresa. Una vez que hemos analizado la idea de negocio y decidido sobre su viabilidad, establecemos el producto o servicio que vamos a ofrecer, con sus características técnicas, o las necesidades que pretende cubrir, si se trata de un servicio; estudiaremos el mercado para tener toda la información necesaria para el establecimiento de estrategias, mediante la utilización de las fuentes de información adecuadas.

Analizaremos aspectos muy importantes, como los potenciales clientes, la competencia que nos podemos encontrar, cómo hacer llegar la información de nuestro producto a los clientes potenciales, cómo podemos distribuir el producto, etcétera.

Por tanto, en la presente unidad, centraremos el plan de empresa en todo lo referente al estudio del mercado en el que pretendemos competir, y cuáles son nuestras armas.

Para ello, continuando la línea iniciada en las unidades anteriores, analizad cómo afectaría el mercado al negocio que tenéis planteado en vuestro grupo, siguiendo las indicaciones de vuestro profesor.

Para ello, podéis seguir estos pasos:

### 1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas:

- ¿Con qué fuentes de información podemos contar?
- ¿Quiénes van a ser nuestros futuros clientes? ¿Cuál es su sexo, edad, profesión, localización, nivel de renta, hábitos, etcétera?
- ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Cuáles son las características de sus servicios, los canales de distribución que utilizan, los precios, las calidades, etcétera?
- ¿Qué características diferenciadoras tiene nuestro producto: diseño, color, envase, coste, tamaño, duración, presentación, gama de servicios, asistencia técnica, etcétera?
- ¿Qué canales de distribución vamos a utilizar para hacer llegar el producto al cliente? ¿Cuál va a ser su coste?

- ¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra?
- ¿Qué método de fijación de precios vamos a utilizar (por el coste, por la competencia o por lo que el cliente está dispuesto a pagar por el producto)?
- ¿Qué sistemas de promoción y publicidad vamos a utilizar para dar a conocer la empresa y su producto (anuncios en prensa, radio, buzzoneo, revistas especializadas, descuentos por lanzamientos, productos gratuitos, muestras)?

### 2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborad las siguientes actividades:

- Realizad el estudio de mercado haciendo uso de las fuentes de información que estén a vuestro alcance.
- Especificad el cliente al que va dirigido el producto o servicio: sus características.
- Realizad una breve memoria de la competencia a la que os enfrentáis.
- Definid las características del producto o servicio que vais a ofertar.
- Estableced el precio que vais a aplicar a vuestro producto o servicio.
- Decidíos por el canal de distribución más apropiado para hacer llegar vuestro producto al cliente.
- Diseñad un plan de publicidad y promoción para dar a conocer vuestro producto.
- Exponed el plan de *marketing* que vais a utilizar para alcanzar las metas fijadas, y marcad las etapas que se han de cubrir para su consecución.
- Poned en común con el resto de grupos de clase vuestras decisiones y sometedlas a la opinión del resto de compañeros. También debéis recabar la opinión crítica de vuestro profesor al respecto.

### 3. Tras ello, ya podéis completar el apartado del plan de empresa, en el Centro de Enseñanza Online, referente al estudio de mercado y el plan de *marketing*.