**PLAN DE EMPRESA**

**Curso Académico 2018 / 2019**

**CICLO FORMATIVO:**

**Autores:**

**PRESENTACIÓN**

Tal y como has tenido ocasión de comprobar a través del módulo profesional de EIE la creación y gestión de una pequeña empresa reviste cierta complejidad y requiere de una preparación técnica previa.

La primera actividad del proyecto empresarial consiste en elaborar un ***“Plan de Empresa”****.*

Este documento se compone de las siguientes fases:

1. Concreción de la idea de negocio.

2. Identificación de los promotores.

3. Forma jurídica elegida para la empresa.

4. Análisis DAFO.

5. Localización de la empresa.

6. Objeto social de la empresa. Nombre y logotipos elegidos. Valores que se pretenden transmitir.

7. Tipo de producto ofrecido:

a) Descripción detallada del producto.

b) Precio asignado al producto ofrecido.

8. Clientela potencial y competencia.

9. Previsión de ventas.

10. Promoción y publicidad.

11. Proveedores.

12. Plan de recursos humanos.

13. Plan económico-financiero.

14. Calendario de puesta en marcha: trámites.

En las páginas siguientes te presentamos un guión de trabajo que te servirá para redactar tu ***plan de empresa***según el esquema anterior.

**ASPECTOS IMPORTANTES A TENER EN CUENTA.**

**LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA ES OBLIGATORIA PARA APROBAR EL MÓDULO PROFESIONAL DE EIEM.**

**RECUERDA que el plan de empresa debe contener:**

· Portada.

· Índice numerado.

· Desarrollo de todos los puntos bien estructurado, con letra clara y buena presentación.

· Has de tener en cuenta que todos los documentos que incluyas deben

aparecer como anexos al final del plan de empresa.

**LOS CRITERIOS DE CORRECCIÓN SON:**

**La presentación en plazo (20%),**

**La calidad de los contenidos (40%)**

**Cuestiones formales relacionadas con el índice, paginado, justificación de los textos, bibliografía empleada (40%).**

Las faltas de ortografía restarán 0,10 y se prestará atención a la originalidad de los textos ya que los casos de “cortar y pegar” suponen la repetición del ejercicio.

**1. CONCRECIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.**

Cualquier plan de empresa ha de empezar con una breve descripción de la *idea* que servirá de base para el negocio.

En general, no debe tener una extensión superior a una página. Esta primera fase del plan de empresa ha de ser capaz de dar respuesta a las siguientes preguntas:

*¿Cual será la actividad de la empresa? ¿Qué nombre tendrá? ¿Cómo ha surgido la idea? ¿Qué conocimientos y experiencias sobre el negocio tienen los promotores? ¿Cuales son los motivos por los qu se cree que está empresa funcionará? ¿Qué diferencia este negocio de otros similares?*

Observa que la concreción de la idea es, en realidad, un breve resumen de los diferentes aspectos que constituyen el proyecto en su totalidad.

Tu exposición ha de ser breve, clara y directa. Recuerda que uno de los objetivos del plan de empresa es su presentación ante terceros con la finalidad de obtener financiación o ayudas.

Este apartado es el primero que leerán; por tanto, constituye tu carta de presentación.

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 1.**

**2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROMOTORES.**

El proyecto empresarial está estrechamente ligado a la personalidad y a la preparación del emprendedor/a, el promotor/a del negocio.

Por ello es indispensable incluir el curriculum vitae de todos los

emprendedores/as y debe dar respuesta a las siguientes preguntas:

- Datos personales: ¿Quiénes son las personas que llevarán a cabo el

proyecto? ¿Dónde residen? ¿Cómo se las puede localizar?

- Formativos: ¿Cual es su nivel formativo? ¿En qué institución y en qué años han llevado a cabo sus estudios? ¿Está relacionada su formación con el proyecto que quieren llevar a cabo?

- Experiencia: ¿Tienen experiencia laboral? ¿En qué empresas han trabajado anteriormente? ¿Las empresas estaban relacionadas con el proyecto de empresa? ¿Qué puestos de trabajo han desempeñado?

- Objetivos profesionales: ¿Cuáles son las metas profesionales que pretenden alcanzar?

**3. FORMA JURÍDICA ELEGIDA PARA LA EMPRESA.**

El siguiente paso consiste en la *elección de la forma jurídica más apropiada* para tu empresa.

Recuerda que la elección de la forma jurídica de la empresa reviste una gran importancia, ya que, según lo aprendido en el módulo profesional de EIE, de ella se deriva un amplio conjunto de obligaciones para el empresario en diferentes aspectos: *responsabilidad ante las deudas, fiscalidad, Seguridad Social...*

Otro de los aspectos que deberás considerar también, es que la elección de la forma jurídica tiene repercusiones financieras que habrás de concretar posteriormente en el momento de elaborar los documentos contables de previsión de la empresa.

Una argumentación adecuada sobre la decisión de la forma jurídica de la empresa ha de incluir:

- Forma jurídica: ¿Cuál será la forma jurídica de la empresa? ¿Por qué motivo la has escogido? ¿Cuáles son las ventajas que puede suponer para el proyecto empresarial? En caso de presentar inconvenientes, ¿Cuáles son y cómo pueden evitarse o minimizarse?

- Socios: ¿Serás el único propietario de la empresa o seréis varios socios?

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 2.4. ANÁLISIS DAFO.**

A través del análisis DAFO vamos a realizar un diagnóstico de nuestra situación de partida, tanto desde el punto de vista interno (debilidades y fortalezas de nuestra empresa) como externo (amenazas y oportunidades del mercado).

**NOTA: Para realizar este apartado utiliza la información proporcionada por el profesor y lo aprendido en la UD 1.**

**5. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.**

Una de las primeras decisiones que debe tomar el emprendedor es la relativa al emplazamiento físico de la empresa. Dar respuesta a **¿*donde va a estar mi empresa*?**

Para ello hemos de tener en cuenta varios aspectos:

¿Dónde estará situada?

¿Por qué motivos se ha tomado esta decisión?

¿Qué ventajas presenta para la empresa la localización elegida? ¿Existe algún inconveniente? ¿Cómo se podrá eliminar o minimizar?

Recuerda que si pagas alquiler por el local debes incluir éste cómo gasto en el plan económico-financiero.

**Adjunta un plano que muestre la localización del edificio.**

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 1.**

**6. OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA. NOMBRE Y LOGOTIPOS ELEGIDOS.**

Consiste en **definir exactamente la actividad a la que te vas a dedicar**. También es necesario establecer el nombre elegido para la empresa explicando el por qué y si hay logotipo se deben explicar los valores que se pretenden transmitir con la imagen corporativa.

**7. TIPO DE PRODUCTO OFRECIDO.**

***a) Descripción detallada del producto ofrecido.***

Ya hemos definido nuestro objeto social, es decir, nuestra actividad, pero no hemos dicho los servicios que vamos a ofrecer, los productos que vamos a fabricar, en definitiva, lo que vamos a comercializar.

Tomemos el ejemplo de una papelería. Puede llegar a tener gran diversidad de productos: cuadernos, sobres, material de escritorio,..., pero ¿también periódicos?, ¿sellos?, ¿pequeños regalos?

Esto significa que debes ***definir y detallar con la mayor claridad posible los productos o servicios que va a ofertar tu empresa***: todas sus propiedades comerciales, técnicas y económicas.

Pero ¿cuál es el truco para que nuestra clientela nos prefiera frente a otras empresas? Esto es lo que las personas expertas en marketing llaman "ventaja competitiva" o "ventaja diferencial".

Debes conocer tu producto/servicio bajo todos los puntos de vista. Es vital que lo analices en profundidad desde el punto de vista técnico (materiales que lo componen, calidad, ...), desde el punto de vista comercial (cómo se distribuye, cómo se va a vender, ...), cómo es percibido por la clientela (imagen, utilidad, etc.). Tu producto/servicio jamás debe ser un desconocido para ti.

|  |
| --- |
| **Vamos a intentar definir tus productos/servicios en el siguiente cuadro:** |

|  |  |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL PRODUCTO | DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

***b) Precio asignado al producto/servicio ofrecido.***

Una vez conocidos nuestros productos/servicios, ***debemos ponerles precio***.

De momento pondrás los precios que tú estimes que están dentro del mercado y que te permitan obtener un margen, es decir que tendrás que calcular todos los costes que tienes para conseguir un producto; dicho margen deberá cubrirte los gastos generales y un beneficio posible.

Para poner precio a tus productos, ten en cuenta todos los costes de su producción o de compra, y sobre todo el precio que tengan en el mercado los productos que vayas a vender. La misma situación se te presentará si prestas un servicio.

Veamos los precios con los que vas a operar, ya decidiremos si los precios son válidos; no debemos perdernos en tecnicismos. Si no tienes idea de cómo poner los precios, consulta con tu profesor/a quien te podrá ayudar hablando del margen medio en cada sector o rama de actividad.

No obstante sería imprescindible que visites a tu competencia, que sepas que precios marca el mercado. Esa será, al menos de momento, la mejor referencia a seguir.

|  |
| --- |
| **El cuadro siguiente es una guía para indicar el precio asignado a los productos/servicios que va a ofrecer tu empresa:** |

|  |  |
| --- | --- |
| **PRODUCTO / SERVICIO** | **PRECIO DEL PRODUCTO** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 5.**

**8. CLIENTELA POTENCIAL Y COMPETENCIA.**

*a) ¿Quién será mi clientela?*

Nuevamente se nos plantea una cuestión de las más importantes. Ya sabemos lo que vamos a hacer y lo que vamos a ofrecer e intuimos a qué precio, pero nos falta saber ***a quién se lo vamos a ofrecer****.*

Si vendo ropa de premamá, no puedo pensar en ofrecérselo a niños/as pequeños/as.

Puede que ofrezca un producto maravilloso, pero que nadie lo quiera, nadie lo necesite. Imagínate que ponemos una guardería infantil de lujo y a un precio baratísimo, en un pueblo donde la edad media es de 57 años.

No podemos ni debemos conformarnos con saber que hay clientela potencial, alguien que nos comprará el producto; deberemos saber cuántos son y “quienes” son. Para ello los Ayuntamientos, las Cámaras de Comercio, etc., nos pueden ayudar. Pero ten en cuenta que nos van a poder ayudar si somos capaces de expresar "exactamente" qué queremos, para lo cual deberemos realizar previamente un pequeño estudio acerca de quién va a ser mi clientela.

|  |
| --- |
| **Intentémoslo, tratando de contestar a las preguntas siguientes:**  *¿A quién voy a ofrecer mi producto/servicio? ¿Cuáles son sus datos: edad, estudios, clase social, estado civil, profesión, hábitos de consumo, etc.? ¿Hay personas que demandan mis servicios o que puedan demandarlos en un futuro?* |

*b) ¿Quién será mi competencia?*

Otro aspecto importante que debes considerar es el relativo a las empresas que pueden constituir la ***competencia*** de tu futura empresa.

Para ello puedes recurrir a fuentes, tales como Ayuntamientos, Cámaras de Comercio, Asociaciones Empresariales…, sin olvidar Internet, ya que hay muchas empresas que cuentan con su propia página web siendo esto muy útil para conocer como funcionan y a qué se dedican.

Así tendrás localizada tu competencia, pero ahora deberemos conocerles y conocer sus precios, los servicios y productos que ofrecen, donde están, etc.

Es importante también determinar cómo podrás obtener ventajas sobre las empresas competidoras basándote en aspectos como los siguientes:

* Si tu producto cubre una nueva necesidad del consumidor.
* Si podré ofrecerlo a precios menores, y por qué motivos.
* Si podré ofrecer una calidad superior, y por qué.

|  |
| --- |
| **Para ello vamos a seguir la siguiente tabla:** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **EMPRESAS COMPETIDORAS** | **DONDE ESTÁN** | **EN QUE SE DIFERENCIAN DE MÍ. POSITIVO / NEGATIVO** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 5.**

**9. UNA APROXIMACIÓN A LA PREVISIÓN DE VENTAS.**

Todas las decisiones que hemos tomado hasta ahora las hemos reflexionado, hemos llegado a tener una idea sobre:

* Quiénes son mis clientes y clientas.
* Cuántos/as son y dónde están.

Para saber cuántos/as de estos/as clientes/as me van a comprar y cuánto me comprarán, tendremos que hacer lo que se denomina una "***previsión de ventas***", es decir, ***intentar estimar cuánto voy a vender.***

Seguramente te estarás preguntando ¿cómo puedo saber lo que factura mi competencia? La respuesta es muy sencilla: observándolo. Cuenta las personas que entran a su local, haz una pseudocompra, en definitiva... “cotillea”, “curiosea”, investiga, pregunta.

Si quisieras saber lo que factura un taxista al día, te irías detrás de él varios días, (no valdría que te fueras todos los sábados); te habrías enterado del precio de tarifa por kilómetro y por hora parado y lo calcularías. Pues, en cualquier otro servicio, deberás hacer algo similar.

Utiliza tu experiencia o intuición, ten en cuenta la información que necesitas para tu empresa. Así podrás fijar una previsión de ventas con argumentos, con soportes, que de ninguna manera sea una previsión superflua o frívola.

Tienes que fijarte un "objetivo de ventas", para marcarte lo que has de lograr, de otra forma te faltaría la "guía" para tomar decisiones.

**La previsión de ventas es un dato fundamental para tu empresa**. La tarea es complicada, ya se que te va a costar trabajo y tiempo, pero con tu reflexión eliminarás incertidumbres. Es, quizás, la única forma de aproximarte a la realidad.

Veamos un **ejemplo**:

Sigamos el ejemplo de una papelería, situada en un barrio con una población, en su círculo de influencia, de 100.000 habitantes. Hemos consultado a las instituciones oportunas y podemos extraer las siguientes conclusiones:

* Estos productos, de papelería, los compran, generalmente, las unidades familiares. A ellas nos debemos dirigir.
* Como tenemos un estudio demográfico de la población, sabemos que la media de integrantes de cada unidad es de 3.5 personas. Esto implica que nuestra clientela potencial son 100.000: 3.5 = 29.000 familias y que existen 15.000 niños y niñas menores de 16 años.
* Tenemos datos sectoriales que nos indican que estos productos, se compran como promedio 1,5 veces al año, coincidiendo con el curso escolar.
* Una vez estudiados los precios, hemos llegado a la conclusión de vender nuestros productos con unos precios medios similares a los de nuestra competencia.
* Hemos preguntado a nuestras amistades y a otras personas con descendencia entre 3 y 16 años y nos han dicho que el gasto medio por año es de 60,10 euros por niño/a.
* Supongamos que, una vez analizado el perfil de la clientela, la competencia de la zona, teniendo en cuenta la imagen del fabricante, etc. llegamos a la conclusión de que podemos captar un 15% del mercado, ya que un tercio (33%) comprará en grandes superficies o en zonas próximas a los lugares de trabajo de sus progenitores o en una pequeña librería que hay dentro de los colegios e instituto de la zona. Y el 50 % o 52% restante lo tienen fidelizado las dos papelerías que hay en la zona, que además tienen unos locales muy bien situados y algo más grandes que el nuestro.

CONCLUSIÓN: Nuestra previsión de ventas para el primer año es:

* + - 15% de 15.000 escolares (2.250 escolares), por un gasto medio de 60,10 euros.
    - Por lo tanto nuestra previsión de ventas será de 135.225 euros.

|  |
| --- |
| **Básate en las apreciaciones de tu profesor/a y tu experiencia para rellenar las siguientes tablas de tu previsión:** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Previsión de ventas / ingresos que voy a tener para el primer año | | | |
| **Producto/Servicio** | **Unidades** | **Precio Unitario €** | **Volumen de Ventas €** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Suma** |

|  |  |
| --- | --- |
| **¿Cuánto preveo vender el primer año?** | |
| Reflexiona: ¿Por qué esa cantidad?; ¿cómo he llegado a ella? (No olvides que hay meses muy especiales: Agosto, Diciembre,..., ten en cuenta la estacionalidad). | |
| **¿Me va a costar dinero vender? De ser así reflexiona sobre ello y anota la cantidad aproximada que estimes.** |  |
|  |  |
| **¿Cómo me va a pagar mi clientela?** | |
|  | |

**10. ¿CÓMO ME DARÉ A CONOCER? PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN.**

Una vez que hemos estimado una posible previsión de ventas, debemos plantearnos un aspecto clave para poder alcanzar las ventas previstas: ***La Comunicación****.*

¿Cómo sabrá mi clientela que existo? Ten en cuenta que esto costará dinero. Hay muchas formas de hacer llegar esta información a tu clientela. Algunas son:

|  |  |
| --- | --- |
| * Mailing. | * Radio. |
| * Prensa común. | * Vallas publicitarias. |
| * Prensa especializada. Buzoneo. | * Buzoneo. |
| * Revistas profesionales. Visitas de acción comercial, etc. | * Visitas de acción comercial. |
| * Prensa gratuita. | * Etc. |

Deberás hacer la elección en función de: ***la clientela a la que te dirijas, tu ámbito de actuación, recursos económicos, la imagen que quieras transmitir, etc.*** ¿Cómo decidir? Infórmate sobre las posibilidades y empieza a pedir presupuestos.

|  |
| --- |
| **Hagamos una primera aproximación en la siguiente tabla:** |

|  |
| --- |
| **Me daré a conocer mediante:** |
|  |
| **He elegido esta forma porque**: |
|  |
| **Al año me va a salir por:** |
| Euros / año |

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 5.**

**11. ¿VOY A NECESITAR EMPRESAS PROVEEDORAS?**

**¿Necesitas empresas proveedoras?** Si no es así, puedes prescindir de este apartado.

Las empresas proveedoras son uno de nuestros principales soportes. Hay que cuidarlas. Si ellas fallan, nosotros fallaremos.

Si ya tienes experiencia en el sector de la idea que estás desarrollando, seguro que las conoces, si no, tendrás que localizarlas. ¿Cómo? Como siempre: preguntando y/o recurriendo a listados, a organizaciones empresariales, a Cámaras de Comercio, amistades, Internet, etc.

Es necesario tener en cuenta muchos factores a la hora de decidirse por una empresa proveedora, entre otros están:

* El precio.
* La calidad de su producto o servicio.
* Su profesionalidad.
* El servicio que nos ofrece.
* La localización y el plazo de entrega.
* La forma de pago.
* Etc

Indica el criterio o criterios que has tenido en cuenta para elegir a las empresas proveedoras.

|  |  |
| --- | --- |
| **Empresas Proveedoras** | **Productos que compraría** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Volumen de compra anual / consumo / Proveedores** | | | |
| **Producto/Servicio** | **Cantidad** | **Precio unitario €** | **Total compra €** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Suma** | | |  |

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 6.**

**12. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.**

Es necesario establecer cuántos trabajadores van a ser empleados en la empresa, qué perfil van a tener y las funciones que van a desarrollar en el organigrama.

**Debes indicar:**

Número de trabajadores en la empresa.

Perfil profesional y académico.

Las funciones y tareas que van a desempeñar.

Cómo se va a seleccionar a los trabajadores por cuenta ajena, indicando el contrato que se le hará y el salario neto que percibirán.

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 4.**

**13. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.**

Este aspecto reviste una gran importancia. En él deberás reflejar los aspectos que se citan a continuación.

**13.1. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.**

A) Determinar el valor de las inversiones y de los gastos iniciales y mensuales para determinar el capital que necesita la empresa para empezar a funcionar. Los pasos a seguir son los siguientes (apóyate en los contenidos que has estudiado y trabajado en las Unidades 6 –Plan de Producción y Costes- y Unidad 7 –Inversión y Financiación-).

- Indicar el valor de las inversiones.

- Indicar el valor de los gastos de un solo pago.

- Indicar el valor de los gastos mensuales.

- Finalmente determinar el capital necesario.

B) Determinar las fuentes de financiación que se van a utilizar (apóyate de nuevo en lo aprendido en la Unidad 7 –Inversión y Financiación-).

Fuentes de Financiación Propias: aportaciones de los socios, bussines angels y family-friends-fools.

Fuentes de Financiación Ajenas: préstamo bancario, crédito bancario, leasing y renting…etc.

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 7.**

**13.2. ANÁLISIS CONTABLE.**

En este apartado vamos a reflejar en nuestro proyecto de empresa una serie de documentos contables que constituyen una herramienta imprescindible para un emprendedor que quiera disponer de la información económica sobre la marcha de su empresa. En concreto deberás recoger:

**A) Qué activos, qué pasivos y con qué patrimonio neto comenzarás la actividad (apóyate en lo aprendido en la Unidad 8).**

ACTIVO:

- Elabora un listado con todos los activos no corrientes necesarios para desarrollar tu actividad.

- ¿Vendes mercaderías? Anota las iniciales que debes comprar.

- ¿Qué dinero se quedará en efectivo en la caja y en el banco?

PASIVO Y PATRIMONIO NETO:

- ¿Necesitas financiación a largo plazo con algún préstamo?

- ¿Utilizarás las deudas con proveedores para comprar mercaderías? ¿Hay alguna otra deuda a corto plazo?

- ¿Con qué capital inicial comenzaba la empresa?

**B) La previsión de los ingresos y los gastos ligados a la actividad, a través de la realización de la cuenta de pérdidas y ganancias previsional (apóyate en lo aprendido en la Unidad 8).**

**C) El plan de tesorería (apóyate en lo aprendido en la Unidad 8).**

**14. CALENDARIO DE PUESTA EN MARCHA.**

En este momento ya has analizado todos los aspectos que se refieren a tu proyecto empresarial.

Si la conclusión final es que es viable, debes acometer los aspectos relativos a la constitución de la empresa y su puesta en marcha.

Ello supone diversos ***trámites***. La complejidad de los trámites depende del tipo de forma jurídica elegida. Aplica todo lo que has aprendido con el módulo profesional de EIE para llevar a cabo este apartado.

|  |
| --- |
| **Concreta qué trámites serán necesarios para tu proyecto empresarial. Determina en qué plazos se llevarán a cabo, ante qué organismo se realizarán y, en cada caso, la documentación que deberás cumplimentar:** |

**NOTA: APOYA ESTE PUNTO CON LO APRENDIDO EN LA UD 3.**