

Fase 1

1. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO PROMOTOR

Menciona los puntos fuertes relevantes para el negocio y las áreas a las que os dedicarías cada uno y los motivos para emprender

2. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA Y EVALUACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Expón la idea de negocio, justificando:

- a) *el porqué*
- b) *la innovación que pensáis aportar y factor diferenciador*

3. DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Expón cuáles van a ser las distintas fuentes de ingresos que se van a generar a través de tu negocio:

- a) *líneas de productos/servicios*
- b) *ingresos por publicidad*
- c) *otros*

Fase 2

4. ANÁLISIS DEL ENTORNO

1. ENTORNO GENERAL

*Explica el entorno general **que influirá** en vuestra empresa:*

- a) *Político-legal*
- b) *Económico*
- c) *Demográfico*

2. SECTOR DE ACTIVIDAD Y COMPETIDORES

*Define los aspectos propios del **sector** de tu elección (evolución, tendencias...)*

*Define y describe la **competencia** (entre 5 y 10) realizando un cuadro comparativo que incluya ubicación, cuota de mercado y segmento objetivo, antigüedad, líneas de productos y precios, puntos fuertes y débiles, estrategia de promoción y publicidad. Adjunta fotos y plano de Google.*

5. ANÁLISIS DAFO

Realiza una matriz DAFO con toda la información recopilada hasta el momento.

6. ESTRATEGIA COMERCIAL Y PLAN DE MARKETING

1. SEGMENTO OBJETIVO Y ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Realiza un **estudio de mercado** para definir vuestro público objetivo: características, hábitos de compra.... A través de una encuesta obtendrás información relevante que te ayude a tomar decisiones en cuanto **producto, precio, promoción y distribución**.

Estima tu cuota de mercado y su evolución durante los primeros tres años de vida de la empresa. Prevé un escenario neutro-pesimista. Estos datos serán claves para analizar la viabilidad económica. Apóyate en un gráfico. (Anexo 1)

2. PRODUCTOS Y SERVICIOS OFERTADOS

Describe los productos y servicios que ofrece vuestra empresa dentro de cada una de las líneas de negocio.

Determina los costes variables directos de cada uno de ellos, información necesaria para determinar el límite inferior del precio.

3. POLÍTICA DE PRECIOS (ver anexo 1)

Detalla los precios por cada línea de productos, incluyendo decisiones sobre descuentos (rappels, pronto pago...), ofertas de lanzamiento.

Has de tener en cuenta a la competencia, al cliente y los costes variables directos (ya que los costes fijos no los conocemos todavía.)

4. IMAGEN DE MARCA

Adjunta el logotipo, el nombre y la justificación.

Determina cuál va a ser el factor diferenciador por el que vas a apostar en tu diferenciación de producto, elige el lema de la empresa.

5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN (ver anexo 2)

Describe la estrategia de promoción que vas a llevar a cabo (publicidad offline y online, fuerza de ventas, marketing directo, promociones.....

Realiza un plan de marketing: Plantea objetivos, acciones de promoción para alcanzar cada uno de ellos y establece una temporalización anual de en qué momento vas a aplicar cada una. Averigua su coste para establecer el presupuesto de marketing que te va a permitir alcanzar tus objetivos de ventas, plasmados en el punto 1.

6. UBICACIÓN

Detalla la ubicación del local comercial, almacenes, oficinas....Busca fotos del exterior e interior, distribución en planta, google map, y por supuesto el coste que tendrá.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA A TRES AÑOS (Anexo 1)

Año 1

PRODUCTO/SERVICIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Producto#1												
Producto#2												
Producto#3												
Producto#4												
Producto#5												

POLÍTICA DE PRECIOS (Anexo 2)

<i>PRODUCTO/SERVICIO (agrupados por líneas de negocio)</i>	<i>COSTES (determinación de los costes variables: mano de obra, mat. Primas...)</i>	<i>CLIENTES (a partir de la investigación de mercado)</i>	<i>COMPETENCIA (precio medio de nuestros competidores)</i>	<i>PRECIO (el precio final, teniendo en cuenta promociones, descuentos, 2º mercado)</i>
<i>Producto#1</i>				
<i>Producto#2</i>				
<i>Producto#3</i>				

PLAN DE PROMOCIÓN (anexo 3)

<i>Objetivo</i>	<i>acciones</i>	<i>Coste</i>	<i>Enero</i>	<i>Feb</i>	<i>...</i>	<i>Dicie.</i>	<i>Total</i>
1.-X usuarios nuevos							
2.- Reconocimiento de marca							
3.- Fidelización de clientes							
4.- Incrementar visitas a la web							
5.-Incrementar ventas on-line							
6.-Incrementar visitas a la tienda física							
7.-Incrementar solicitudes de información y BBDD							
8.-Credibilidad							
TOTALES							

7. ESTRATEGIA DE OPERACIONES

1. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Detalla en un **plano de las instalaciones** dónde y cómo se van prestar los servicios o va a llevarse a cabo la producción. Zona de atención al público, almacén, espacios de trabajo....

2. PROCESO DEL SERVICIO

Describe exactamente toda la **secuencia de actividades** desde el primer contacto con el cliente al servicio postventa: **personal implicado, forma, tiempos asociados**.

Un diagrama de flujo puede mostrar gráficamente las distintas posibilidades. Nos ayudará a determinar las necesidades de personal.

3. TECNOLOGÍA Y DISEÑO DE LA WEB

Describe el tipo de web (corporativa, comercio online...) y los objetivos que se pretenden alcanzar.

4. PROVEEDORES Y SUMINISTROS

Abastecimiento, almacenaje y distribución. Logística inversa. Política de proveedores.

8. ESTRATEGIA DE RRHH

Describe la organización de la empresa a través de sus distintos departamentos: las funciones de cada uno, la jerarquía, los puestos de trabajo asociados. (**Organigrama**)

Realiza una estimación de las **necesidades de contratar personal** en función de las ventas planificadas (6.1) y el tiempo estimado para el proceso de servicio (7.2). Toma como referencia el convenio colectivo aplicable a tu sector (fase II) para calcular los **costes laborales**. Ten en cuenta la cuota patronal a la seguridad social.

Determina el dinero que cobraréis los socios.

Incorpora la idea de **externalizar** ciertas funciones.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

(Esta parte del BP se detallará en el anexo Excel)

1. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN INICIAL

Enumera el **listado de inversiones** (incorpora fotos y proveedores) a realizar incluyendo las cantidades presupuestadas. Incorpora las necesidades de **stock inicial y la tesorería** necesaria para no tener problemas de liquidez durante los primeros meses.

Indica las **fuentes de financiación** que emplearás diferenciando recursos propios y ajenos, y calcula su **coste**.

Detalla el compromiso con bancos, subvenciones, compra vs alquiler...

2. UMBRAL DE RENTABILIDAD

3. FLUJOS DE CAJA

4. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

5. BALANCE PREVISIONAL

6. EVALUACIÓN DE INVERSIONES Y ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD

Fase 7

CONCLUSIONES FINALES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Recopila las reflexiones sobre cada uno de los documentos anteriores que detallan una cuestión económica o financiera concreta (tesorería, P y G, Balance previsional, estrategia de inversiones...).

Plasma los resultados del análisis de viabilidad comercial y financiera.

ANÁLISIS COMPETENCIA

<i>Competidor</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Cuota mercado</i>	<i>Línea de productos</i>	<i>Precios</i>	<i>Estrategia de promoción</i>	<i>Factor diferenciador</i>	<i>Puntos fuertes</i>	<i>Puntos débiles</i>
C1								
C2								
C3								
C4								
C5								
C6								