



COMUNIDAD DE MADRID +EMPRENDIMIENTO

PLAN DE EMPRESA



Confederación Española
Jóvenes Empresarios



AUTÓNOMOS



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Comunidad
de Madrid



Índice

SOBRE EL EMPRENDEDOR. AUTOCONOCIMIENTO.	4
AUTOEVALÚATE DEL 1 AL 5 EN ESTAS CAPACIDADES:	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA	7
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA	8
PLAN DE MARKETING	8
PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	11
EL PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO	13

PRESENTACIÓN DE LA GUÍA

Comunidad de Madrid, + Emprendimiento es un proyecto que se consiste en la realización de acciones de asesoramiento, información, formación, sensibilización y divulgación en materia de emprendimiento y desarrollo empresarial abordando así, el reto demográfico y facilitando la transformación productiva hacia una economía verde y digital.

Con ello se pretende generar un crecimiento de la cultura emprendedora, un crecimiento exponencial de las iniciativas empresariales ya constituidas, así como potenciar iniciativas que generen nuevas líneas de emprendimiento basadas en una economía verde y digital, mejorando así las competencias profesionales del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid, en particular las del ámbito rural y pequeños municipios de la región.

Todos los asesoramientos y actuaciones del proyecto son totalmente gratuitas ya que el programa para el desarrollo de proyectos de emprendimiento y microempresas se finanza con cargo a los Fondos Europeos procedentes del Mecanismo para la Recuperación y Resiliencia, alineado los objetivos del Componente 23 Inversión 4 (C23.I4) del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Publicado el 29 de diciembre de 2021 en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid. Impulsado por la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid al amparo de sus competencias atribuidas y del Real Decreto Ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban las medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que prevé una serie de instrumentos jurídicos para la ejecución de proyectos con cargo a los Fondos Europeos.

Una de nuestras líneas de trabajo se centra en la elaboración de guías interactivas que puedan aportar informaciones para nuestros usuarios en las materias centrales del programa: digitalización, economía verde, a nuevos emprendedores, creación de nuevas empresas a autónomos y microempresas consolidada.

Por ello, les presentamos el plan de empresa.



SOBRE EL EMPRENDEDOR. AUTOCONOCIMIENTO.

1. ¿Cuál es tu experiencia anterior? (máximo 5 líneas)

2. ¿Qué conocimientos tienes? (máximo 5 líneas)

3. ¿Qué habilidades tuyas destacarías? (Escribir aquí, máximo 5 líneas)

4. ¿Cuántas horas dedicarás al negocio? (Escribir aquí, máximo 5 líneas)



AUTOEVALÚATE DEL 1 AL 5 EN ESTAS CAPACIDADEDES:

(1 nada - 5 mucho)

Capacidad	Valoración	Capacidad	Valoración
Perseverancia		Versatilidad	
Creatividad		Optimismo	
Previsión		Adaptación al cambio	
Empatía		Liderazgo	
Asunción de riesgos		Capacidad de observar	

Describe brevemente tu motivación personal para emprender:

(Escribir aquí, máximo 5 líneas)

Describe brevemente los principales riesgos que prevés:

(Escribir aquí, máximo 5 líneas)



RESUMEN EJECUTIVO

El Resumen Ejecutivo es la introducción del Plan de Empresa. Constituye la presentación de la empresa y un resumen de todo el plan. El lector debe hacerse una idea clara y concisa del tipo de actividad empresarial. No debería tener una extensión mayor de la mitad de la cara de un folio, aproximadamente unas 30 líneas.

1. Nombre comercial de la empresa. Forma jurídica de empresa (empresario individual, SA, SL, SLU, SC, Scoop,...)

2. Datos del emprendedor / emprendedores.

a. **Nombre**

a. **Fecha nacimiento**

a. **Nacionalidad**

a. **Teléfono de contacto**

a. **Correo electrónico**

3. Objeto de la empresa (MISIÓN):

- **¿cuál es la finalidad de la empresa?** (p.ej.: explotación forestal: talar árboles y transformarlos en tablones)
- **¿qué producto comercializa, cómo lo comercializa y para quién?** (p.ej.: venta al por mayor de tablones de madera, coproductos como tablones de conglomerado y subproductos como serrín. Se trata de una empresa B2B, por tanto, la comercialización se realiza a otras empresas)
- **Objeto del plan de empresa. (¿cuál es la utilidad que tendrá este Plan de Empresa?)**

4. Producto/servicio estrella (producto/servicio más destacado. Si sólo tenemos un tipo de producto será este) (p.ej.: tablones de madera de nogal)

5. ¿Por qué quieres sacar adelante este negocio? ¿A dónde quieres llegar? (VISIÓN)

6. Importancia social de la empresa (VALORES) (¿qué impacto social, ético, medioambiental... aporta la empresa?)

7. Periodo de tiempo que se establece para la ejecución del Plan de Empresa.

8. ¿Qué cantidad económica se estima necesaria invertir, en un principio, para poner en marcha el negocio? ¿Cómo lo piensas financiar? (más adelante ya abordaremos esta cuestión en profundidad)



ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA

1. **Clients y consumidores.** (a quién va dirigido nuestro producto? ¿qué perfil tienen? Edad, sexo, nivel adquisitivo, gustos, preferencias, costumbres y necesidades)
2. **Competencia:** ¿quién será nuestra competencia? ¿nos perjudicará o beneficiará? ¿posibilidad de alianzas?
3. **Possibles nichos de mercado.** (son aquellos grupos de consumidores cuyas necesidades están poco o nada atendidas) P.ej.: en las empresas inmobiliarias: inquilinos arrendatarios con mascotas.
4. **Proveedores** (¿Quiénes son? ¿Existe diversidad de proveedores? ¿puedo negociar con ellos?)

	Competidor #1	Competidor #2	Competidor #3	Negocio
Atributos competitivos:				
Precios:				
Capacidad:				
Acciones de marketing				

Describir brevemente los atributos de la competencia, sus precios y capacidad máxima.

*En caso de negocios con mucha variedad de productos o servicios realizar agrupaciones de familias de productos o servicios.



ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA

1. *Análisis DAFO (son las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la empresa)*
2. *Visión, Misión, Valores.*
3. *Ventaja Competitiva (son aquellos factores que hace que la empresa opere con ventaja en el mercado con respecto al resto de empresas del mismo sector. Se trata de un concepto sumamente importante porque la ventaja competitiva hará que nuestro producto se diferencie positivamente respecto a los de la competencia. Ejemplos de ventajas competitivas pueden ser: el precio, la calidad, el diseño, la variedad, el horario, la localización, etc).*

PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing se trata de una planificación de las acciones de comunicación que va a desarrollar la empresa para alcanzar sus objetivos (p.ej.: objetivos comerciales, captar la atención del público objetivo y despertar y materializar el deseo de compra)

Objetivo.

Escribe de forma concisa y concreta cuál es el objetivo a medio plazo que pretende alcanzar la empresa. (P.ej.: dado que la empresa es de nueva creación, pretendemos dar a conocer la misma y sus productos)

Estrategia.

Una de las estrategias más comúnmente utilizadas y difundidas para alcanzar los objetivos de empresa es la llamada Estrategia del Marketing Mix, y es la que vamos a emplear en el presente Plan. Dicha estrategia describe las siguientes variables:

El producto o servicio. *Describe las características del producto o servicio que ofrecerás a tus clientes. Recuerda que reúna las características necesarias para atraer el perfil de cliente que queremos. ¿Qué necesidades cubre el producto?*

El precio. *Establece un precio adecuado al producto. ¿Cuál será la estrategia de precios? ¿Establecerás alguna estrategia de precios psicológicos, por lotes, 2x1, etc...?*

La distribución. *Establece cómo vas a poner el producto a disposición de tus clientes. ¿Va a ser mediante venta online, en un lugar físico o mezcla de ambos? Si hubiera un lugar físico escribe dónde y por qué escogiste ese lugar ¿Qué características deberá tener la persona y el lugar en el que se distribuya el producto? ¿Cómo gestionarás el almacenamiento/inventario del producto?*

La promoción. *Escribe el mensaje que deseas transmitir a tu público objetivo y los soportes publicitarios que emplearás: redes sociales, web de empresa, folletos...?* (p.ej.: una empresa de actividades de multi-aventura, tales como saltos en paracaídas, trayectos en canoa, rappel... querría transmitir un mensaje de seguridad y diversión. Y lo podría transmitir preferiblemente en redes sociales para alcanzar a un público más joven)



PLAN DE VENTAS.

El Plan de Ventas establece una previsión de ventas para un periodo de tiempo determinado.

Cálculo de la Previsión de Ventas.

A pesar de que existen métodos de proyección de ventas basados en cálculos estadísticos, vamos a proponer una sencilla forma de elaborar un presupuesto de ventas.

Coste unitario: se trata de la cantidad económica que, como empresarios, nos cuesta producir una unidad de producto. Podemos considerar en dicho concepto el coste de electricidad, de mano de obra (nóminas) o de materia prima necesaria. (P.ej.: un restaurante que ofrece un menú diario, establecerá como coste del mismo (Euros) la electricidad que usa, las nóminas de los trabajadores que intervienen en la elaboración del menú y el precio al que compra la comida, haciendo una distribución de los mismos para ese producto.)

Margen unitario: es el ingreso que obtendrá la empresa por la venta del producto.

Precio de Venta: es la suma del Coste Unitario + Margen Unitario. Es el precio que el consumidor paga por el producto.

TOTAL INGRESADO: es el resultado de multiplicar el Precio de Venta x Unidades estimadas de venta.

*Importante: recuerda manejar siempre bases imponibles y no incluyas el IVA en tus cálculos, pues el empresario contribuyente no se puede enriquecer ni empobrecer por soportar o repercutir el IVA.



(hacer doble clic en el cuadro para editar)

	Producto #1	Producto #2	Producto #3	Producto #4
Coste unitario:				
Margen unitario:				
Precio de venta:				
Unidades estimadas de venta:				
TOTAL INGRESADO:				

*En caso de negocios con mucha variedad de productos o servicios realizar agrupaciones de familias de productos o servicios.

PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Recursos materiales

Describe brevemente los recursos materiales (inmovilizado y existencias) que necesitarás

Recursos humanos

Detalla quién trabajará en el negocio y qué tareas realizará. Incluye la retribución.

Riesgos laborales

Describe el Plan de prevención de riesgos laborales

Proveedores y stocks

Describe quiénes serán tus proveedores y qué canal de distribución utilizarás con ellos. Incluye también el nivel de stocks máximo que puedes tener, y el nivel de stock mínimo, que es la cantidad mínima de producto que debes tener en tu almacén. Si llegas al stock mínimo, deberás volver a pedir la mercancía para reponerla.



Clientes

Describe si tienes previsto tener base de datos de clientes que te permita realizar un seguimiento de las ventas y hacer promociones. Para este fin es muy útil un CRM.

Administración

Describe cómo serán los procesos administrativos del negocio. ¿Vais a contratar un gestor? ¿Tendréis un empleado que se encargue de la facturación?



EL PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

Plan de inversiones iniciales (hacer doble clic en el cuadro para editar)

PLAN DE INVERSIONES INICIALES		
Concepto	Importe	Porcentaje
Inmovilizado material		
Edificios, locales y terrenos		
Instalaciones		
Elementos de transporte		
Mobiliario y herramientas de oficina		
Maquinaria, herramientas		
Existencias		
Equipamientos y aplicaciones informáticas		
Inmovilizado inmaterial		
Derechos de traspaso		
Marcas y patentes		
Depósitos y fianzas		
Estudios previos		
Gastos de constitución y puesta en marcha		
Otros gastos		
Provisión de fondos		
Total		

Plan de financiación inicial (hacer doble clic en el cuadro para editar)

PLAN DE FINANCIACIÓN		
Concepto	Importe	Porcentaje
Inmovilizado material		
Ahorros personales		
Ahorros de la familia y/o amigos		
Préstamos o créditos bancarios		
Créditos de proveedores		
Selección de clientes		
Otros		
Total		

Cuenta de resultados provisionales

Realizar el detalle del primer año, el segundo o tercer año no requiere el análisis mensual.
(hacer doble clic en el cuadro para editar)

CUENTA DE RESULTADOS													
Concepto	Saldo												
Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ingresos													
Ventas (clientes)													
Otros ingresos													
Ingresos financieros													
Total ingresos													
Gastos													
Compras													
Alquiler local													
Suministros (agua, luz...)													
Variación existencias													
Servicios externos													
Tributos													
Costes de personal													
Costes financieros													
Amortizaciones													
Provisiones													
Total Gastos													
Beneficios / Perdidas													

Plan de tesorería

Realizar el detalle del primer año, necesario cuando sea una actividad estacional. (hacer doble clic en el cuadro para editar)

PREVISION DE TESORERÍA													
Concepto	Saldo												
Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Cobros													
Cobros													
Total cobros													
Pagos													
Retribuciones propias													
Seguridad Social													
Suministros													
Gastos exteriores													
Transporte													
Gastos diversos													
Alquileres													
Seguros													
Cuota microcrédito													
Gastos variables													
Total Pagos													
Saldo Mes													
Saldo Anterior													
Saldo Acumulado													