

Pla d'empresa



Abans de començar, hem de tenir molt clar la nostra idea de negoci.



Per què és important un pla d'empresa?



Estructura Pla Empresa

Abans de començar a detallar la Idea de Negoci és aconsellable realitzar;

Resum executiu = Carta presentació empresa, atractiva per inversor

Ha de ser un resum curt i concís del Pla d'empresa (s'aconsella redactar-lo al final però es situa al principi)

Ha de contenir;

- Breu presentació de l'empresa.
- Oportunitat de negoci: explicar en què consisteix el negoci, quina necessitat cobreix, quina solució es planteja. Si hi ha mercat per a aquest negoci i la grandària del mercat.
- Definició del producte o servei que permet aprofitar l'oportunitat detectada. Cal destacar els factors de diferenciació.
- Tecnologia: breu descripció dels avantatges/beneficis que aporta la tecnologia emprada.
- Esmentar els avantatges competitius de l'empresa.
- Expectatives i previsions de creixement, així com el finançament que necessita l'empresa i el rendiment esperat del negoci.
- Equip promotor: qui lidera el projecte? Experiència i coneixements dels socis. Aquest és un dels punts que més valoren els inversors.

Estructura Pla Empresa

Índex, facilita la lectura dels continguts i s'ubica a continuació del resum executiu, previ inici de l'apartat Idea de Negoci.

Presentació equip, breu informe acadèmic i professional de la persona o persones que formen l'equip del projecte.

Estructura Pla Empresa

- **Idea de Negoci**

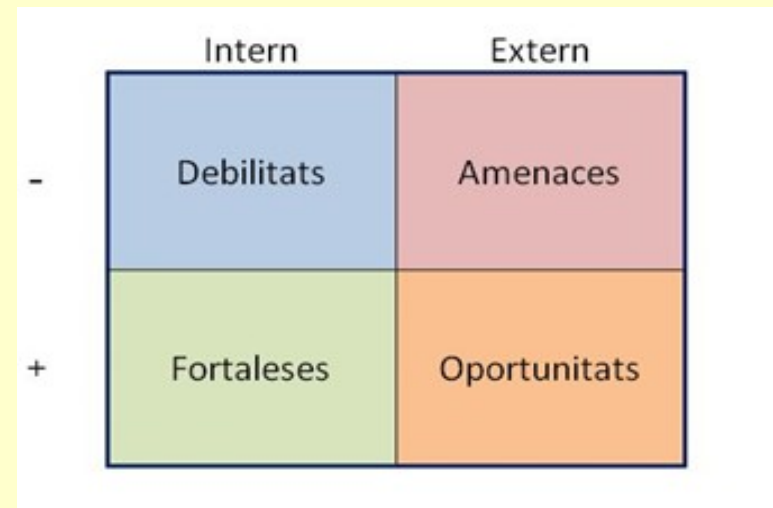
- a) Primer apartat (elements centrals idea de negoci)

Es tracta de presentar el producte o servei, i l'oportunitat de negoci detectada,

- Com s'origina la idea?
- Sector que es dirigeix el projecte
- Tipologia de clients
- Definir el problema i la solució
- Ressaltar-ne els aspectes innovadors
- Indicar accions a desenvolupar per a la protecció de la idea.
- Introduir alguna dada de mercat

Estructura Pla Empresa

b) Matriu **DAFO** (Anàlisi entorn i sector)



Debilitats:

Recursos interns que actuen en contra per aconseguir èxit del projecte
Desavantatges respecte a la competència. En què podem millorar?

Amenaces:

Factors externs que poden posar en risc l'èxit del projecte
Com està el mercat? Podem aconseguir quota de mercat?

Fortaleses:

Recursos interns necessaris per aconseguir èxit del projecte
Què fem millor que la competència?
En què ens diferenciem?

Oportunitats:

Factors externs que poden posar en perill l'èxit del projecte
Hi ha algun mercat o sector de mercat que es pot explorar
Es possible ser més eficient i reduir costos?

Estructura Pla Empresa

• Estudi de mercat

Del Mercat  a l'Empresa

- Què és un estudi de mercat?

És un procés de recollida, anàlisi i interpretació d'informació relacionada al mercat que es vol estudiar.

- Ajuda a millora la comprensió del mercat on es vol enfocar l'activitat
- Visió actualitzada del sector (evolució, actualitat i perspectives de futur)
- Ajuda a identificar oportunitat de mercat
- Permet avaluació i supervisió del funcionament empresa.

-

Estructura Pla Empresa

- Fases estudi de mercat.
 1. Establir objectius (reals i possibles d'aconseguir).
 2. Determinar les necessitats d'informació per assolir els objectius.
 3. Recopilació, tractament i anàlisi de la informació obtinguda.
 4. Elaboració de l'informe. (explicant resultats i conclusions).

Estructura Pla Empresa

a) Anàlisi entorn competitiu. (contextualització)

a.1) **Micro**

- Anàlisi de l'entorn pròxim (ciutat, poble...)
- Factors endògens. (característiques del mercat)

Mercat nou, madur etc.

Volum mercat

- Factors exògens. (factors que condicionen la demanda)

Situació econòmica, política, ecològica, social, cultural

a.2) **Macro**

Entorn del sector laboral.

Identificar les característiques del sector (facturació del sector, existència productes substitutius, regulacions, perspectives de futur...)

-

Estructura Pla Empresa

b) Anàlisi del perfil del consumidor (Demanda)

- Característiques, necessitats, comportament, desitjos i actituds dels clients.
- Segmentació geogràfica (localització client per zones, països...)
- Segmentació demogràfica (Edat, sexe, estudis...)
- Segmentació per estil de vida, hàbits...

c) Anàlisi de la competència (Oferta)

Identificació de l'existència d'altres empreses en el mercat.

(Normalment solen existir empreses del mateix sector a no ser que sigui un projecte molt innovador)

- Competència Indirecte (empreses que ofereixen productes substitutius per cobrir necessitats de mercat)
- Competència directe (empreses que ofereixen productes iguals o similars)

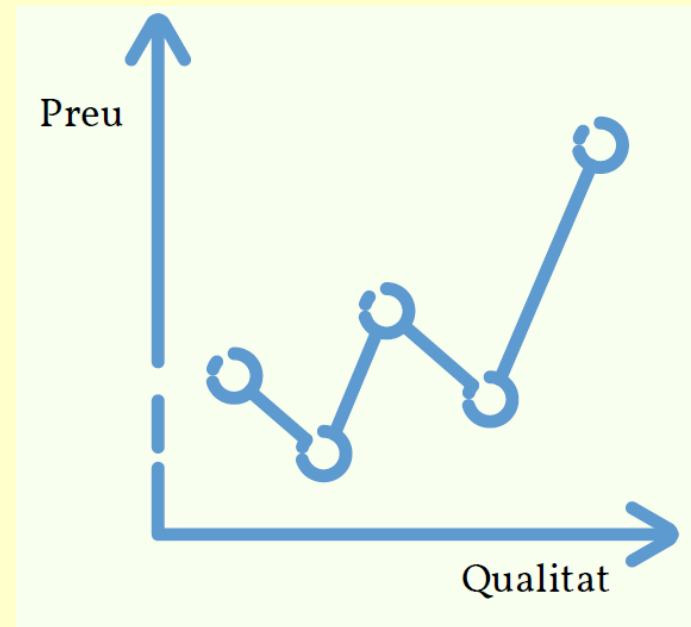
En el cas de la ja existència d'empreses en el sector,

- Qui son aquestes empreses?
- Quantes son?
- Quines son les principals característiques de la seva oferta?
- Quina és al seva estratègia? Etc.

Estructura Pla Empresa

Cal realitzar matriu de la competència segons anàlisi;

- Preu de venda
- Qualitat



Estructura Pla Empresa

- **Màrqueting Mix.**

És l'apartat del document on es descriu la proposta detallada de l'empresa.
Es diferencia en;

1. Formulació estratègica
2. Les quatre "P"



-
- **IMPORTANT** – Ha d'existir coherència entre els diferents punts d'aquest apartat.

Estructura Pla Empresa

1) Formulació estratègica (missió, visió i valors)

- Definir els objectius a mig i llarg termini



Misión: ¿ Por qué existe la Empresa?

- Definir on es vol dirigir l'empresa



Visión: ¿Cómo se ve la empresa en el futuro?

-
- Definir la manera d'assolir els objectius



Son la guía del comportamiento del emprendimiento;
Valores: ¿Qué siente y que quiere transmitir la
organización con el modelo de negocio?
Son el reflejo del emprendedor

Estructura Pla Empresa

2) Les quatre "P"

2.1 Producte

Característiques del producte/servei a desenvolupar.

Important incorporar visió de productes en sí i complementaris.

- *Localització de l'empresa*
- *Descripció de les característiques tècniques*
- *Aspectes de valor afegit del nostre producte/servei*



2.2 Preu

- *Definició de la política de preus.*
- *Preus de penetració*
- *Preus prèmium*
- *Preu ajustat a competència*



La **política de preus** més encertada és aquella que es basa en el valor que percep el client.

Estructura Pla Empresa



2.3 Punts de venda (distribució)

Descripció de la forma en que l'empresa fa arribar els productes o serveis al mercat, identifica els canals de distribució i comercialització i com s'utilitzaran.

- Canal propis (botigues físiques o canal en línia)
 - a) Determinar si el/els punt de venda seran propis o lloguer
 - b) Descripció zona (residencial, comercial...)
- Col·laboracions externes (distribuïdor).



Estructura Pla Empresa

2.4 Promoció (comunicació)

Estratègia de promoció que seguirà l'empresa;

- Imatge de marca (nom, logotip, eslògan, ...)
- Promocions previstes. On? Quan? Amb qui?
- Campanyes publicitàries i mitjans que s'utilitzaran (xarxes socials, premsa, ràdio, TV, mailings, fires, revistes especialitzades, pàgina web...)
- Relacions públiques: inauguracions, contactes amb autoritats locals, entitats públiques i privades, participació en esdeveniments locals, nacionals, col·laboració a, n entitats benèfiques (cursa de la dona, fundació contra el cancer,...)
- Webinar per explicar les novetats.
- Com visibilitzar la maraca en funció del segment de població o target.



Estructura Pla Empresa

- Exercici Màrqueting mix; (treball amb grup de 2 persones, 20- 25 minuts)

L'empresa SANTS S.L que es dedica a la producció d'estàtues de guix per recintes religiosos, davant d'una reducció de vendes contínua durant els últims 12 mesos, ha decidit expandir el seu negoci a altres mercats de la UE amb la finalitat d'optimitzar la seva capacitat productiva.

Degut a una relació personal del gerent de l'empresa amb la propietària d'un dels majors distribuïdor de productes per esdeveniment religiosos de UK, l'empresa té la possibilitat de començar una nova relació professional.

Els productes de Sant S.L. poden utilitzar els canals de distribució de l'empresa de UK, no obstant, ambdues empreses decideixen cooperar en establir una política de preus de venda pel mercat de Uk, tot i que, l'empresa Sants S.L. serà l'única responsable d'aconseguir visibilitat a marca dins aquest mercat.

- a) Com l'empresa SANT SL. Podria aconseguir donar visibilitat a la marca?
 - b) Descobreix utilitzant les TIC, algunes aplicacions que permeten crear pàgines webs gratuïtes (WIX...).
 - c) Inventa un nom d'empresa relacionat a la situació anteriorment esmentada (2 minuts) apte pel mercat
- Utilitzant una de les aplicacions informàtiques que hem descobert, crea una primera pàgina de web on hi consti;
 - Nom empresa
 - Descripció curta de l'empresa.
 - Descripció curta del producte de l'empresa SANTS S.L. segons característiques del mercat on es vol començar la nova activitat empresarial.
 - Canals de distribució

Estructura Pla Empresa

• Pla d'operacions

Definició sobre el funcionament diari empresa, (creació de calendari de planificació anual)

- Localització de l'activitat, costos, lloguers, fiances, reformes, etc.
- Descripció dels processos productius i de les operacions.
- Maquinària o instal·lacions necessàries.
- Identificació de proveïdors amb la corresponent política de pagaments.
- Logística de compres.

És convenient fer una **descripció de les inversions i de les despeses necessàries** per iniciar l'activitat, així com fer una previsió de l'aprovisionament, estocs, etc, per tant,

- Definir mètode de valoració existències (FIFO, PMP)
- Crear full de càlcul amb despeses-ingressos i software de comptabilitat (software utilitzat en aquest cicle)

Estructura Pla Empresa

- Exercici Pla Operacions (valoració existències)

a) El Fuster, S.L. és una empresa que s'encarrega de la comercialització de terres de fusta (parquet). El dia 23 de febrer disposa en el seu magatzem de 600 m² de parquet de fusta de roure valorat, segons el preu d'adquisició, a 12 €/m². El dia 3 de març del mateix any adquireix a un proveïdor 300 m² més, a un preu de 11,50€/m², i, al cap de dos dies, el 5 de març, 500 m² més a un preu de compra unitari de 13 €. El dia 1 d'abril ven a un constructor 1000 m² per un bloc d'apartaments. Confecciona la iftxa de magatzem segons el mètode PMP i FIFO.

Estructura Pla Empresa

MÉTODO DE VALORACIÓN DE EXISTENCIAS: PMP (Precio Medio Ponderado)										
Fecha	Operación	ENTRADAS			SALIDAS			TOTAL		
		Uds.	Precio	Importe	Uds.	Precio	Importe	Uds.	Precio	Importe
23/02	Existencias Iniciales							600	12€	7.200€
3/03	Compra	300	11,50€	3.450€				900	11,83€	10.650€
5/03	Compra	500	13	6.500€				1.400	12,25€	17.150€
01/04	Venta				1000	12,25€	12.250€	400	12,25€	4.900€
MÉTODO DE VALORACIÓN DE EXISTENCIAS: FIFO (Primero en entrar, primero en salir)										
Fecha	Operación	ENTRADAS			SALIDAS			TOTAL		
		Uds.	Precio	Importe	Uds.	Precio	Importe	Uds.	Precio	Importe
23/02	Existencias Iniciales							600	12€	7.200€
3/03	Compra	300	11,50€	3.450€				600	12€	7.200€
								300	11,50€	3.450€
								900		10.650€
5/03	Compra	500	13	6.500€				600	12€	7.200€
								300	11,50€	3.450€
								500	13	6.500€
								1400		17.150€
01/04	Venta				600	12€	7.200€	400	13	5.200€
					300	11,50€	3.450€			
					100	13	1.300€			

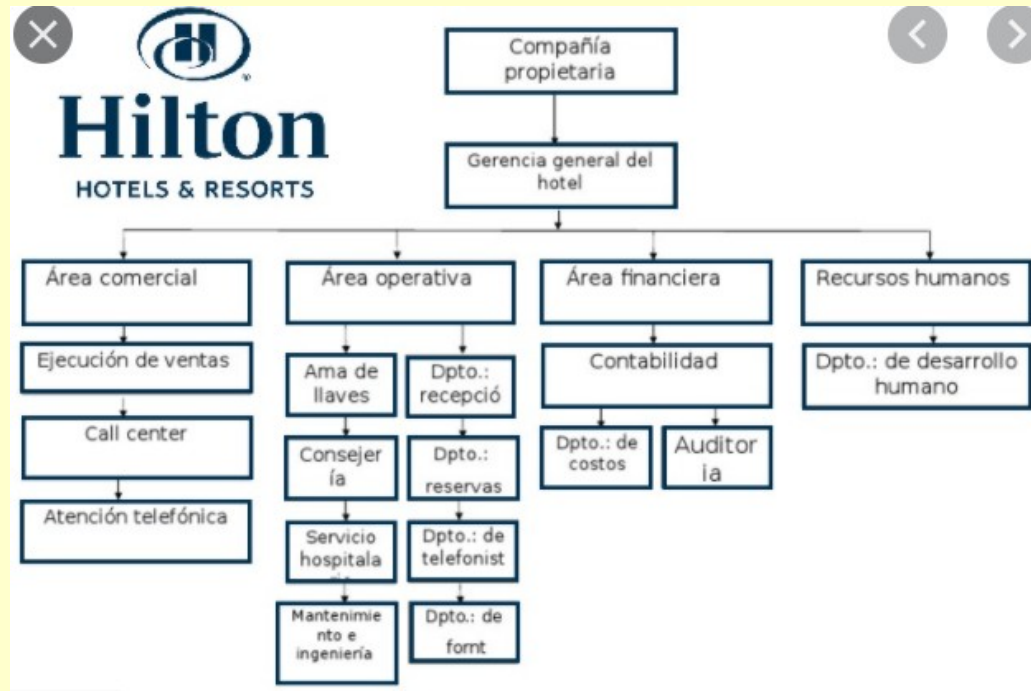
Estructura Pla Empresa

• Pla de Recursos Humans (RRHH)

Definició de l'estructura organitzativa de l'empresa.

1. Organigrama de l'empresa

Establir dependències jeràrquiques de les persones que participaran en l'organització de l'empresa.



Estructura Pla Empresa

- Exercici Organigrama d'empresa (grups de 2 alumnes)

Diseñar un organigrama vertical con los siguientes datos:

La empresa "Computer Service", se dedica a la venta de computadoras clonadas. La empresa está instalada en la ciudad de Soyapango y cuenta con diversas unidades organizativas:

El funcionario, con mayor autoridad y jerarquía es el propietario, quien desempeña el cargo de Gerente General y de él dependen los siguientes ejecutivos y asesores.

a) Un asesor legal externo que solamente llega por horas.

b) Existen cuatro gerentes:

Financiero, producción, comercialización y personal.

c) El gerente de personal funciona en calidad de asesor.

d) El gerente de producción supervisa a tres departamentos:

Compras, ensamble e informática

e) El gerente financiero tiene bajo su tramo de control a tres departamentos:

Contabilidad General, Contabilidad de Costos y Tesorería.

f) El gerente de comercialización cuenta con un asesor de mercado y tres departamentos:

Publicidad, promoción y ventas.

Estructura Pla Empresa

2. Definició les funcions de cada lloc de treball i contractes laborals.

Actualización: Febrero 2009

PROFESIOGRAMA		
CLAVE	DENOMINACION DEL PUESTO	NIVEL SALARIAL
	DIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS	

TRAMO DE CONTROL		
CLAVE	REPORTA A	NIVEL SALARIAL
	RECTOR	

CLAVE	SUPERVISA A	NIVEL SALARIAL
	JEFE DE DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y CONTROL PRESUPUESTAL JEFE DE DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS SECRETARIA DE DIRECTOR CONDUCTOR DE AUTOBUS CHOFER	

FUNCIONES	
GRUPO	
GENERALES	Gestionar los recursos necesarios para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales y proveer a todas las áreas de la Universidad con lo que se requiere, para el cumplimiento de sus actividades y funciones, vigilando su correcta aplicación, implementando estrategias administrativas, financieras, de recursos materiales y humanos que permitan el buen desarrollo de la Universidad y de los servicios que presta la UT de la Costa.
RAMA	
ESPECIFICAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implantar los mecanismos de planeación, organización, dirección, control y evaluación que faciliten el funcionamiento de la Dirección de Administración y Finanzas. 2. Integrar el anteproyecto del presupuesto de la Dirección en base a la normatividad y lineamientos establecidos para tal efecto. 3. Coordinar la elaboración del presupuesto del ejercicio y la integración del programa operativo anual de la Universidad Tecnológica con base a las normas y lineamientos establecidos para ese fin. 4. Analizar, y en su caso, proponer al Consejo Directivo, con anuencia de Rectoría, las modificaciones presupuestales que proceda aplicar. 5. Dirigir y controlar el ejercicio presupuestal asignado, de acuerdo con las normatividad aplicable.

MANUAL DE FUNCIONES	
	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS: ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
CARGO:	ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE
DEPARTAMENTO:	CONTABILIDAD
UBICACIÓN ORGANIZACIONAL	
JEFE INMEDIATO:	Gerencia General
JEFE SUPERIOR:	Gerencia General
PUESTOS QUE SUPERVISA:	Contabilidad
NÚMERO PERSONAL A SU CARGO:	N/A

PERFIL PARA EL CARGO		
ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA	REQUERIMIENTO INDISPENSABLE (I) DESEABLE (D)
EDUCACIÓN:	Superior	I
IDIOMA:	Español - Inglés	D
COMPUTACIÓN:	Microsoft Office	I
CONOCIMIENTOS:	Conocimientos actualizados contables, tributaria y Administrativos	I
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares	I
HABILIDADES PERSONALES:	Liderazgo, buen manejo de relaciones interpersonales, ordenado, colaborador proactivo, honestidad.	I

FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	
RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD
	Carácter contable y tributario en las transacciones registradas. Control administrativo y financiero de cuentas obligatorias de pago.

Fecha de Revisión 01-Jul-2015	Revisión Número	Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Vigente Hasta 01-Jul-2016	00	Eduardo Sampedro Jefe de Calidad	Belisario Luque Gerente General	Belisario Luque Gerente General

Estructura Pla Empresa

3. Definició de característiques treballadors (perfils de treballador) segons lloc de treball.

PROFESIOGRAMAS	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Administrativo y Contabilidad
DEPENDENCIA IERÁRQUICA	Está bajo la supervisión del Jefe de Oficina y del Departamento de Administración.
HORARIOS	10 a 14 horas (media jornada)
FUNCIONES ESPECÍFICAS	Emitir facturas, desarrollo de la gestión económica-administrativa, contacto con las centrales de reserva, los sistemas de distribución y representantes de proveedores de servicios. Recopilar y clasificar la información necesaria para las ventas. Hacer un seguimiento diario de caja y bancos con los correspondientes registros de cobros y pagos, hacer los asientos en los libros de contabilidad, y calcular los costes y comisiones de cada servicio, previamente acordado con los proveedores
REMUNERACIÓN	Según convenio colectivo, más la comisión correspondiente.
CATEGORÍA PROFESIONAL	Oficial administrativo
REQUISITOS	Experiencia mínima de 1 año y media como administrativo contable y tener conocimientos informáticos de las Aplicaciones Informáticas de Gestión, el Paquete Office, Internet, Facturaplus y Contaplus.

4. Definició de política salarial de l'empresa segons lloc de treball.

Estructura Pla Empresa

• Pla econòmic i financer

En aquest punt s'ha de traduir a termes econòmics de tot el que s'ha desenvolupat fins ara en el pla d'empresa.

- Crear full de càlcul ingressos – despeses
- Software comptabilitat
-

1) Anàlisi Inversió inicial

En dependència del volum d'activitat prevista en el pla de mercat i els actius;

Ha d'incloure inversió necessària per immobilitzat;

- Material (màquines, local...)
- Immaterial (despeses constitució, API...)

PLA D'INVERSIONS	PRIMER ANY
DESPESES (no amortitzables)	0,00
Despeses de constitució	
Despeses de primer establiment	
INVERSIONS IMMATERIALS	0,00
Propietat industrial (patents i marques)	
Drets de traspàs	
Aplicacions informàtiques	
Drets/béns en règ. d'arrend. finan.	
INVERSIONS MATERIALS	0,00
Terrenys	
Construccions	
Maquinària	
Altres instal·lacions	
Mobiliari	
Equips procés informació	
Elements de transport	
Altre immobilitzat material	
FIANCES I DIPÒSITS A LLARG TERMINI	0,00
Fiances a llarg termini	
Dipòsits a llarg termini	
EXISTÈNCIES	0,00
PROVISIONS DE FONDS	0,00
TOTAL INVERSIONS	0,00

Estructura Pla FINANÇAMENT

En les inversions, s'ha de tenir en consideració el pla de finançament d'aquestes segons;

- a) Fonts pròpies.
- b) Fonts alienes.

2) Estructura de costos de l'empresa

- *Costos fixes i variables*
- *Ratis empresarials i escenaris.*

PLA DE FINANÇAMENT	PRIMER ANY
RECURSOS PROPIS	0,00
Capital social	
RECURSOS ALIENS	0,00
Crèdits o préstecs	
Proveïdors d'immobilitzat (lísing)	
Capitalització	
Subvencions	
TOTAL FINANÇAMENT	0,00

Estructura Pla FINANÇAMENT

3) Estructura comptable

Balanç inicial i final del primer any.

BALANÇ DE SITUACIÓ	PRIMER ANY
ACTIU	0,00
IMMOBILITZAT	
AMORTITZACIÓ ACUMULADA IMMOBILITZAT	
TOTAL IMMOBILITZAT	
PROVISIONS	
EXISTÈNCIES	
CLIENTS	
BANCS I CAIXA	
TOTAL ACTIU CORRENT	
PASSIU	0,00
CAPITAL SOCIAL	
RESERVES	
RESULTAT	
TOTAL RECURSOS PROPIS	
CREDITORS A LLARG TERMINI	
CREDITORS A CURT TERMINI	

*Compte de resultats previsional
(estimació de vendes)*

PLA ECONÒMIC	Any 1 ^(*)	Any 2	Any 3
INGRESSOS			
(+) Vendes			
(+) Subvencions rebudes			
(+) Altres ingressos corrents			
<i>Total ingressos (A)</i>			
DESPESES			
(+) Consums (cost de vendes o inputs) (B)			
MARGE BRUT (C = A - B)			
<i>Despeses estructura</i>			
(+) Compres			
(+) Despeses de personal (sou + quotes patronals)			
(+) Amortitzacions			
(+) Variació de provisions			
(+) Lloguers			
(+) Subministraments			
(+) Treballs realitzats per altres empreses			
(+) Relacions públiques i publicitat			
(+) Altres despeses corrents ...			
<i>Total despeses estructura (D)</i>			
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (E = D - C)			
(+) Ingressos financers			
(-) Despeses financeres			
<i>Resultat financer (F)</i>			
RESULTAT DE L'ACTIVITAT ORDINÀRIA (G = E - F)			
(+) Ingressos extraordinaris (h)			
(-) Despeses extraordinàries (i)			
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (J = h - i)			
(-) Impost de Societats (k)			
RESULTAT DEL PERÍODE = J - k			
RESULTAT ACUMULAT			

Estructura Pla Empresa

- **Calendari Execució.**

Els alumnes han d'investigar amb els seus propis mitjans i utilitzant les TIC,

- Què és el diagrama de GANT?
- Per què serveix un diagrama de GANT?

Pràctica;

Debat grupal sobre el diagrama de GANT, la seva utilitat, la seva importància, qui utilitza, què aporta en el món empresarial...

- Descobrir aplicacions que permeten realitzar un gràfic de GANT
- Creació d'un gràfic GANTT segons exercici diapositiva següent.
- **<https://ganttpro.es/gantt-chart-template>**

-

- **<https://exceltotal.com/diagrama-de-gantt-en-excel>**

Analitzar resultats sobre la importància d'aquest gràfic per una empresa i valora les dates de les activitats crítiques.

Estructura Pla Empresa



- **Estructura legal**

- *Definir el tipus de societat a crear. (S.L, S.A, Coop,...)*



- *Localitzar i conèixer la normativa que afecta al negoci en relació amb:*
 - a. El tipus de societat i normativa*
 - b. Marc legislatiu genèric (UE, Espanya)*
 - c. Marc legislatiu específic (Comunitat autònoma, província...)*

ÀNIMS I ENDAVANT!