

Pla d'empresa

Projecte presentat per:

ÀREA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA
Servei d'Emprenedoria i Economia Social.
(Edifici Vapor Gran) C/ Telers nº 5, passadís B, 1ª planta
emprenedoria@terrassa.cat

ÍNDIX

1. PRESENTACIÓ DEL PROJECTE

.....

2. ESTUDI DE MERCAT

.....

3. PLA DE MÀRQUETING

.....

4. PRODUCCIÓ I/O SERVEIS

.....

5. ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

.....

6. PLA JURÍDIC I FISCAL

.....

7. RESPONSABILITAT SOCIAL I EMPRESARIAL

.....

8. ALIANCES

.....

9. ANÀLISIS ECONÒMICA I FINANCERA

.....

10. ANÀLISIS DAFO

.....

1. PRESENTACIÓ DEL PROJECTE

1.1 DEFINICIÓ DE LA IDEA DE NEGOCI

1.2 DEFINICIÓ DE L'EQUIP PROMOTOR, DE LA MOTIVACIÓ I DE L'ORIGEN DE LA IDEA

1.3 TEMPORALITZACIÓ O CRONOGRAMA DE LES ACCIONS.

2. ESTUDI DE MERCAT

2.1 SITUACIÓ I EVOLUCIÓ DE L'ENTORN

2.2 CLIENTELA

2.3 COMPETÈNCIA

3. PLA DE MÀRQUETING

3.1 PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE I/O SERVEI

3.2 DETERMINACIÓ DEL PREU DE VENDA

3.3 ACCIONS DE PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ

3.4 PREVISIÓ DE VENDES

4. PRODUCCIÓ I/O SERVUCCIÓ

4.1 PROCÉS DE PRODUCCIÓ I/O SERVUCCIÓ

4.2 CANALS DE DISTRIBUCIÓ

4.3 LOCALITZACIÓ (INFRAESTRUCTURES)

4.4 EQUIPAMENTS NECESSARIS (RECURSOS MATERIALS)

4.5 APROVISIONAMENT (EMPRESSES PROVEÏDORES, MATÈRIES PRIMERES)

4.6 GESTIÓ DE LA QUALITAT I GESTIÓ MEDIAMBIENTAL

5. ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

5.1 IDENTIFICACIÓ DELS LLOCS DE FEINA I ORGANIGRAMA

5.2 ASPECTES RELACIONALS AMB EL PERSONAL (equip promotor/personal assalariat/subcontractacions)

5.3 SEGURETAT I HIGIENE LABORAL

6. PLA JURÍDIC I FISCAL

6.1 FORMA JURÍDICA, TRÀMITS DE CONSTITUCIÓ I OBLIGACIONS FISCALS

6.2 NORMATIVA A COMPLIR / COBERTURA DE RESPONSABILITATS

7. RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL

7.1 ACCIONS PREVISTES

8. ALIANCES

9. ANÀLISIS ECONÒMICA I FINANCERA

9.1 INVERSIÓ I FINANÇAMENT

9.2 COMPTE DE RESULTATS

9.3 PREVISIÓ TRESORERIA

9.4 BALANÇ DE SITUACIÓ

9.5 CÀLCUL DEL PUNT D'EQUILIBRI I D'ALTRES RATIOS

10. ANÀLISIS DAFO (Debilitats/Amenaces/Fortaleses/Oportunitats)

Exemple: botiga física d'alimentació bio

	PUNTS FORT	PUNTS FEBLES
EMPRESA	<ul style="list-style-type: none">. Bona localització de l'establiment, amb molta visibilitat i possibilitats d'aparcament.. Experiència de 10 anys en el sector d'alimentació (es coneixen empreses proveïdores, costums de la clientela habitual, etc.)	<ul style="list-style-type: none">-Es tracta d'un preu elevat, en relació amb altres productes alimentaris que no siguin bio.
	OPORTUNITATS	AMENACES
MERCAT	<ul style="list-style-type: none">- Augment de les persones interessades a cuidar la seva alimentació. Per raons de salut i conscienciació. Canvis en la forma de consumir.	<ul style="list-style-type: none">- Augment de l'oferta de productes bio (alimentaris, en grans superfícies).- Disminució de les empreses intermediaries, en relació amb els productes bio, de manera que hi ha un lligam més directe entre qui produeix i qui consumeix.