

Guió de pla d'empresa

**ÀREA DE DESENVOLUPAMENT
ECONÒMIC, INDÚSTRIA I OCUPACIÓ**
SERVEI D'ACTIVITAT ECONÒMICA
Emprenedoria i Economia Social.
(Edifici Vapor Gran) C/ Telers nº 5, passadís
B, 1ª planta
atencioempresa@terrassa.cat

1.- PRESENTACIÓ DEL PROJECTE:

Cal explicar, de forma clara, quina és la idea de negoci i la seva proposta de valor (oportunitat de negoci que s'ha detecta i quina/es necessitat/s del mercat cobriria els productes i/o serveis). També caldria fer una breu presentació de l'equip promotor.

2.- ESTUDI DE MERCAT:

2.1. Situació i evolució del mercat, en el que s'integraria la empresa i *àmbit geogràfic d'actuació* del negoci, ja que aquest afectarà a d'altres decisions del projecte i també ens indicarà la zona sobre la que es realitzarà l'estudi de mercat.

2.2. Productes i / o serveis que s'ofereixen i els preus.

Es tractaria de fer una descripció clara i precisa dels productes i / o serveis que es volen oferir, destacant qualitats i aspectes importants, així com les diferències amb els productes i serveis de la competència i necessitats que cobriran.

També caldria parlar dels preus que s'apliquen i els criteris que s'han utilitzat per fixar-los.

2.3. Clientela

Definició de quin serà el públic objectiu que comprarà els productes i/o pagarà pels serveis. Caldria parlar sobre les característiques d'aquesta clientela (característiques socio-econòmiques, motivacions, hàbits de consum, etc...).

2.4. Competència

Quina seria la competència (directa o indirecta), els productes i serveis que ofereixen, qualitat, preus, promocions, mitjans que utilitzen per donar-se a conèixer. L'objectiu és conèixer el posicionament del nostre negoci respecte de la competència (avantatges i desavantatges).

2.5 Distribució

De quina manera es farà arribar el/s producte/s i/o servei/s fins a la clientela.

3.- ESTRATÈGIA COMERCIAL:

3.1. Localització o ubicació del negoci

En aquest apartat caldria detallar la necessitat o no de disposar d'un local per realitzar l'activitat, i els motius que han portat a la seva elecció.

En el cas que es tracti d'un local de lloguer, caldrà definir les condicions dels contracte de lloguer, com la durada i possibilitat de pròrroga, import del lloguer, import de la fiança o dipòsit, despesa de la legalització del local, taxes (IBI, escombraries, etc..).

Caldria fer una descripció del local i de la seva distribució. Seria aconsellable adjuntar, un croquis, dibuix, i/o fotos, així com parlar de les possibles reformes a realitzar i el cost que suposarien.

3.2 . Promoció i comunicació

Quines eines o instruments s'utilitzaran per donar a conèixer els productes i/o serveis, objecte del negoci. També caldria parlar de les despeses d'aquestes accions de promoció i comunicació.

3.3. Previsió de vendes

Caldria fer una previsió d'ingressos de l'activitat, acompanyada d'una explicació dels criteris, en base als que, s'ha fet aquesta previsió (capacitat productiva, informació proporcionada per proveïdors, informació obtinguda d'eines d'estudi de mercat, etc..).

4.- PRODUCCIÓ, RECURSOS MATERIALS I HUMANS:

4.1. Procés productiu o procés de servucció

En aquest apartat, s'inclourà la forma de treballar de l'empresa, definint les principals accions que caldrien realitzar per tal de fabricar els productes o oferir els serveis. Caldria que aquestes accions guardin relació amb les persones que les realitzaran, i els recursos materials necessaris per realitzar-les.

4.2 Recursos materials

Caldria elaborar un llistat detallat i valorat econòmicament, de tot el material necessari per a desenvolupar l'activitat objecte del negoci (maquinària, eines, mobiliari, equips

informàtics, vehicle, mercaderies, etc...), també caldria afegir despeses relatives a la posada en marxa del projecte (primera publicitat, import inicial que cobrarà la gestoria, etc...).

4.3. Proveïdors

Descripció de les empreses que subministraran les mercaderies, i altres serveis, indicant els productes o serveis que proporcionen, preus, condicions de pagament, terminis d'entrega, etc...

4.4. Recursos humans

Caldria fer una descripció dels llocs de treball, necessaris per realitzar les diferents tasques (que formen el procés de producció o el procés de prestació del servei), descrivint les tasques assignades a cada lloc de treball i valorar quina persona o persones cobriran aquests llocs de treball (emprenedors, personal assalariat, subcontractació a altres empreses, etc..).

Elaboració de l'organigrama.

5.- PLA JURÍDIC I NORMATIU:

5.1. Forma jurídica i normativa a complir relacionada amb la pròpia activitat.

Determinació de la forma jurídica escollida, entre les formes previstes legalment. Determinar, si en funció de la idea de negoci hi ha obligació de complir amb una determinada normativa reguladora de l'activitat a realitzar.

5.2. Normativa de Prevenció Riscos Laborals, normativa ambiental.

6.- RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL / IMPACTE SOCIAL

La responsabilitat social empresarial i l'impacte social és el compromís de les empreses cap a les necessitats dels seus grups d'interès en els diferents àmbits (laboral, acció social, medi ambient, clients, entitats, etc...) mitjançant la implicació voluntària i solidària més enllà del que estableix la legislació vigent.

Podeu especificar, en cadascun dels punts del pla d'empresa, quines accions i mesures es preveuen:

- Ecològic: producte amb certificació ecològica o en tràmit.
- Energies renovables: energies que es regeneren o es renoven naturalment de manera més ràpida que a la velocitat en que es consumeixen.
- Producte de proximitat: productes de circuit curt, amb relació directa entre persona productora i consumidora (sense intermediaris o màxim 1 intermediari).
- Comerç just: productes amb certificació de comerç just des de l'elaboració fins a la comercialització (garantia d'equitat, salaris i preus justos en tot el procés del producte).
- Educació en valors: incorporació i/o potenciació en el procés d'aprenentatge de valors com ara, autoajuda, autoresponsabilitat, igualtat, equitat, solidaritat, cooperació, honestat, transparència, i democràcia (valors d'economia social).
- Cohesió / integració social: serveis a clients per treballar els nexes o lligams que uneixen a les persones en la societat.
- Cultura: promoció del conjunt de les pràctiques artístiques i de totes les activitats relacionades amb el món de les idees, així com amb la producció, la conservació i l'assimilació de béns culturals de tota mena.
- Col·laboratiu: relacions persona a persona, compartir o deixar productes i serveis en lloc de la compra, drets d'ús, s'inclou també programari lliure i produccions creative commons.
- Mobilitat sostenible: desplaçament considerant els impactes que cada mode de transport té sobre el benestar de les persones, la qualitat de l'entorn urbà i el medi ambient.

7.- ANÀLISIS ECONÒMICA I FINANCERA:

L'anàlisi econòmica i financera, s'elabora tenint en compte tota la informació i les dades obtingudes en els anteriors apartats del pla d'empresa. Per realitzar aquesta anàlisi caldria incloure la següent informació:

- Pla d'inversions i finançament : quantificació de les inversions i despeses necessàries per iniciar l'activitat de l'empresa i quantificació dels recursos econòmics utilitzats per finançar, les inversions inicials (aportacions socis, préstecs, etc..).
- Compte de resultats : resum de tots els ingressos i despeses de l'empresa durant un temps determinat, per conèixer el resultat obtingut. En aquest apartat, caldria afegir la

informació sobre el Punt Mort o punt d'Equilibri (punt on els costos totals són iguals als ingressos per vendes).

- Tresoreria : registre de les previsions de cobraments i pagaments d'una empresa per poder preveure les situacions de dèficits o de superàvits.

- Balanç de situació : resum de la situació patrimonial de l'empresa: béns, drets, recursos propis i deutes.

8.- ANÀLISIS DAFO:

La matriu DAFO és una eina que pretén analitzar el punt de partida de l'empresa, descrivint els seus punts forts i febles, i les amenaces i oportunitats que es troben al voltant de la seva activitat.

	PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
EMPRESA		
	OPORTUNITATS	AMENACES
MERCAT		

En l'apartat de punts forts i febles s'ha de valorar entre d'altres els següents aspectes (en funció de si els tens o no formaran part dels punts forts o dels febles):

- Disponibilitat de recursos propis.
- Capacitat per accedir a finançament amb entitats bancàries o altres.
- Experiència i/o formació en la pròpia activitat o en gestió d'empreses.
- Volum de la inversió inicial elevat o reduït.
- Estructura de despeses de l'empresa elevada o reduïda.
- Producte o activitat innovadora o que no s'ofereixi en el lloc on ubicaràs el local.
- Possibilitat de fixar preus competitius.
- Possibilitat de diferenciar-nos dels nostres competidors.
- Aspectes relatius a la ubicació del local.

En l'apartat d'oportunitats i amenaces s'ha de valorar entre d'altres els següents aspectes (en funció de si els tens o no formaran part de les oportunitats o de les amenaces):

- Existència de clients potencials i/o reals.
- Existència i/o possibilitat d'aparició de competidors.
- Aspectes relatius als nostres proveïdors com ara possibilitat que ens apliquin millors descomptes, terminis de pagament, etc.
- Normativa favorable o desfavorable a la nostra activitat.

Un cop feta la matriu DAFO has d'explicar quines accions aplicarà l'empresa en el curt i/o mig termini per tal de superar els seus punts febles i fer que les amenaces els afectin el menys possible.