

Guía Plan de Empresa

Introducción

La empresa candidata deberá presentar un Plan de Empresa completo relacionado con su proyecto.

A continuación, se listan de modo orientativo los apartados y contenidos esperados en dicho plan, a modo de guía para su elaboración, aunque se aceptarán otros documentos con contenidos similares relacionados con la innovación tecnológica y el desarrollo empresarial.

Asimismo, se recomienda que la empresa adjunte un breve resumen de su actividad y trayectoria, a fin de que el Tribunal de los Premios pueda contextualizar el proyecto presentado.

Índice

- 1.- Resumen ejecutivo.
- 2.- Producto/servicio.
- 3.- El entorno.
- 4.- El mercado.
- 5.- Definición del “Par Producto-Mercado”.
- 6.- Objetivos y estrategia.
- 7.- Comercialización.
- 8.- Compras-producción-almacenamiento-expedición.
- 9.- Organización y estructura.
- 10.- Plan de inversiones.
- 11.- Plan económico-financiero.
- 12.- Síntesis y conclusiones generales.

1.- Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo deberá tener una extensión máxima de dos páginas y destacar los aspectos fundamentales relacionados con la creación e innovación tecnológica en la empresa.

2.- Producto/servicio

- Descripción exacta del producto:
 - Descripción física.
 - Características técnicas.
 - Funcionamiento.
 - Su utilización o utilidad (¿a qué necesidad responde?)
- ¿Cuáles son los usos secundarios del producto?
- Situación actual y perspectivas de evolución
- Tecnología en el ámbito del producto objeto concernido
- Estudio comparativo del producto cuyo lanzamiento sea previsto con relación a los productos concurrentes existentes en el mercado:
 - Desde un punto de vista cualitativo (ventajas e inconvenientes).
 - Con relación a las necesidades de los clientes potenciales.
 - Con perspectiva evolutiva (adaptabilidad, posibilidades de perfeccionamiento, etc.) y una duración de vida potencial elevada.
- Si fuera necesario, validez de los contratos de explotación de licencias y/o de "Know-how" y de protección jurídica (patentes).
- Evaluación de los esfuerzos y costes de I+D que deben preverse para mantenerse en primera línea del progreso.
- Precio de coste:
 - Determinación provisional del precio de coste.
 - Influencia en el precio de coste de los siguientes factores:
 - ✓ Materias primas y/o piezas a reunir.
 - ✓ Subcontratación.
 - ✓ Salarios y sueldos.
 - ✓ Amortizaciones, cargas financieras, imputación, gastos generales.
- Determinación del grado de adecuación actual y futuro del producto con relación a la demanda potencial teniendo en cuenta la competencia existente y futura.
- Determinación del grado de vulnerabilidad de la nueva empresa con respecto al producto.

3.- El entorno

- Factores de entorno susceptibles de ejercer una influencia en las posibilidades y en la marcha de los negocios. (Reglamentaciones, respecto de las legislaciones del sector, etc).
- Grado de vulnerabilidad relacionado con factores del entorno.

4.- El mercado

- Determinación del mercado global (teniendo en cuenta la metageografía) en volumen y en valor, con distribución de las necesidades y de la demanda potencial por tipo de clientela.
- Determinación de los niveles de precios practicados y/u obtenibles en función de las características de los productos.
- Estudio de la competencia existente y potencial:
 - Radio de acción.
 - Partes de mercado.
 - Política comercial, técnicas de venta de promoción.
 - Política de precios.
- Evolución del mercado global e incidencias:
 - Evolución de las necesidades y de la demanda (en calidad y en cantidad).
 - Tipo de clientela del mercado.
 - Otros puntos importantes sobre la demanda.
 - Estacionalidad.
 - Tipo de distribución obligatoria.
 - Motivaciones claves de los consumidores.
- Evolución de la oferta (en calidad y en cantidad):
 - Características generales de la oferta.
 - 2 o 3 competidores principales.
 - Tamaño.
 - Cifra de ventas.
 - Cuota de mercado.
 - Características de sus productos.
- Incidencias en las prácticas comerciales y en los niveles de precios.
- Evaluación de los riesgos para la nueva empresa en función de la evolución del mercado y de la competencia.

5.- Definición del “Par Producto-Mercado”

6.- Objetivos y estrategia

- Definición de la filosofía general de la empresa.
- Determinación de los objetivos generales a cinco años y de la política y de las estrategias generales que deberán aplicarse para conseguirlos después de examinar distintas alternativas.

7.- Comercialización

- Política y estrategia comercial de la nueva empresa.
- Política de precios:
 - Nivel de precios de los productos.
 - Situación respecto de la competencia.
- Objetivos cualitativos y cuantitativos a 3 años:
 - Parte del mercado en volumen y en valor.
 - Previsiones de ingresos por tipo de clientela y, si es necesario, por región.
- Técnicas de venta, organización de la venta, efectivos propios (cantidad, calidad) eventualmente canales de distribución, presupuestos.
- Publicidad, promoción, relaciones públicas, estrategias y presupuestos.
- Evaluación de los riesgos para la nueva empresa en función de la política y de las estrategias comerciales definidas y de los presupuestos disponibles, teniendo en cuenta los medios y las reacciones previsibles de la competencia.

8.- Compras-producción-almacenamiento-expedición

- Política de compras (incluidas las subcontrataciones), organización de la función de compras (incluyendo la recepción y el control de calidad de los suministros) y presupuesto:
 - Proporción de las compras en la cifra de ventas.
 - Número de proveedores, nombre y peso relativo (% sobre compras totales) de los más importantes.
 - Detallar la parte de subcontratación de su actividad y la evolución de porcentaje.
 - Tipo de trabajo que se subcontrata. ¿por qué?
 - Condiciones de pago de proveedores y subcontratistas.
- Locales/talleres, equipos, técnicas de producción, organización y control de producción (secuencias, ordenamiento, ritmos, tiempos, control de rendimientos y de la calidad, planificación, etc....), presupuesto.
- Sistema de almacenamiento y de gestión de los suministros y presupuesto.
- Técnicas y servicio de expedición, presupuesto.

- Presupuesto de mantenimiento (con o sin servicio de mantenimiento interno).
- Precio de costo provisional a 3 años basado en los objetivos comerciales.
- De una manera general evaluación de los riesgos inherentes a la producción realizada en la empresa.

9.- Organización y estructura

- Organigrama/plantilla por servicio
- Definición de las tareas y responsabilidades y del perfil de los titulares de las funciones.
- Poderes.

10.- Plan de inversiones

- Inversiones en activos fijos materiales.
- Inversiones en activos inmateriales.
- Maquinaria.
- Instalaciones.
- Pabellón.
- Utillaje.
- Elementos de transporte.

11.- Plan económico-financiero

- Previsión de ventas a tres años.
- Cuenta de explotación provisional a tres años.
- Medios y rendimientos financieros.
- Fondos propios y fondos de funcionamiento necesarios.
- Créditos a la inversión y créditos de funcionamiento (a corto y largo plazo).
- Determinación de los umbrales de rentabilidad.
- Presupuestos de tesorería.
- Riesgos financieros.
- Índice de vulnerabilidad a nivel de tesorería.
- Índice de vulnerabilidad a nivel de rendimiento financiero.
- Balances previsionales a tres años.

12.- Síntesis y conclusiones generales

- Factores claves del éxito.
- Fortalezas y debilidades con relación a estos factores clave.
- Planes de acción general.