



28º EDICIÓN PREMIOS “TORIBIO ECHEVARRIA”

MODELO OPCIONAL PLAN DE EMPRESA



INTRODUCCIÓN

Las Empresas interesadas en participar en el Premio deberán presentar un Plan de Empresa completo sobre el correspondiente proyecto y un “Resumen Ejecutivo” con una extensión máxima de dos páginas, que resalte los aspectos fundamentales del mismo.

A continuación se listan de modo orientativo los apartados y contenidos esperados en tales planes de empresa aunque se aceptarán otros planes de empresa con contenidos similares de la innovación tecnológica y de la empresa.

Es de interés que la Empresa adjunte un breve resumen de su actividad y trayectoria, a fin de que el tribunal del Premio pueda enmarcar la iniciativa presentada.

ÍNDICE

| | |
|---|---|
| 0.-RESUMEN EJECUTIVO..... | 2 |
| 1.-PRODUCTO/SERVICIO | 2 |
| 2.-EL ENTORNO | 3 |
| 3.-EL MERCADO | 3 |
| 4.-DEFINICIÓN DEL "PAR PRODUCTO-MERCADO" | 4 |
| 5.-OBJETIVOS Y ESTRATEGIA | 4 |
| 6.-COMERCIALIZACIÓN | 4 |
| 7.-COMPRAS-PRODUCCION-ALMACENAMIENTO-EXPEDICION | 5 |
| 8.-ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA | 5 |
| 9.-PLAN DE INVERSIONES | 6 |
| 10.-PLAN ECONOMICO-FINANCIERO | 6 |
| 11.-SÍNTESIS Y CONCLUSIONES GENERALES | 6 |

MODELO DE "PLAN DE EMPRESA" PARA LAS PYMES

0.- RESUMEN EJECUTIVO

Este Resumen deberá tener como máximo una extensión de dos páginas y deberá resaltar los aspectos fundamentales de la "Creación e Innovación Tecnológica en la Empresa".

1.- 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:
 - * Cualitativamente (ventajas e inconvenientes)
 - * Con relación a las necesidades de los clientes potenciales
 - * Con perspectiva evolutiva (adaptabilidad, posibilidades de perfeccionamiento, etc.), duración de vida potencial.
- 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 de los costos de investigación y desarrollo que deben preverse con el fin de mantenerse en la línea de cabeza del progreso.

- Precio de costo:
 - * Determinación provisional del precio de costo
 - * Influencia en el precio de costo de los factores siguientes:
 - * 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.

2.- 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

3.- 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 ó 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.

4.- DEFINICIÓN DEL "PAR PRODUCTO-MERCADO"

5.- 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.

6.- 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.

7.- COMPRAS-PRODUCCION-ALMACENAMIENTO-EXPEDICION

- Política de compras (incluyendo las subcontratación), organización de la función de compras (incluyendo la recepción y el control de calidad de los suministros), 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, 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.

8.- ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA

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

9.- PLAN DE INVERSIONES

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

10.- PLAN ECONOMICO-FINANCIERO

- Previsión de ventas a tres años
- Cuenta de explotación previsional 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

11.- SÍNTESIS Y CONCLUSIONES GENERALES

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