

PLAN DE EMPRESA



PROYECTO EMPRESARIAL

FECHA _____ de _____ de 199 _____

TÉCNICO _____



PRESENTACIÓN

Este documento es un instrumento de soporte adicional, facilitado por el **Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias**, en adelante CEEI, a todas aquellas personas que quieran poner en marcha un proyecto empresarial.

Debe ser entendido como un **guión - memoria** de tipo general, en un sentido amplio, que puede servir de base para elaborar el **Plan de Empresa** de un **proyecto** empresarial **innovador**, pudiendo existir apartados que no se ajusten a algún proyecto concreto.

Este dossier de presentación debe contener información suficiente para poder realizar una **evaluación** del contenido del **proyecto** y de su grado de **viabilidad técnica** (tecnología, productos, producción), **comercial** (mercado, comercialización), **económica** (inversiones, presupuestos, financiación), y **humana** (estructura, organización, formación).

La innovación del proyecto debe entenderse **de forma amplia**, en un sentido **realista** y en relación con las **circunstancias de nuestra región**, siendo un elemento diferenciador y de garantía de futuro, pudiendo afectar a **productos, procesos, mercados o formas de gestión**.

Es importante que en la elaboración del mismo, con la **tutoría del CEEI**, participen **todos los promotores** del proyecto, con el fin de que se pongan de acuerdo en los objetivos de la empresa y como conseguirlos.

El éxito de vuestro proyecto será, sin duda, el éxito del CEEI y de Asturias. **Hagamos todos un esfuerzo.**

ÍNDICE GENERAL

0. INTRODUCCIÓN

¿ QUÉ ES UN PLAN DE EMPRESA ?	1
¿ PARA QUÉ SIRVE ?	1
¿ QUIÉN HA DE ELABORARLO ?	2
¿ CÓMO SE ESTRUCTURA ?	2
¿ CÓMO PRESENTARLO ?	3

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	4
1.2 EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD	4
1.3 VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO	5
PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA	

2. ÁREA DE MARKETING

2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
2.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO	7
2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	7
2.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	8
2.5 PREVISIONES	8
2.6 CÁLCULO DEL PUNTO MUERTO	8
2.7 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA:	9
SU COMPARACIÓN CON LOS DE LA COMPETENCIA	

3. ÁREA DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1	PRODUCCIÓN	10
3.2	CALIDAD	11
3.3	EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA	11
3.4	SEGURIDAD E HIGIENE	11

4. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	12
4.2	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	13
4.3	CONTROL DE GESTIÓN	13

5. ÁREA JURÍDICO - FISCAL

5.1	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	14
5.2	ASPECTOS LABORALES	15
5.3	OBLIGACIONES FISCALES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD	15
5.4	PATENTES Y MARCAS	15
5.5	PREMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL	15

6. ÁREA ECONÓMICO - FINANCIERA

6.1	PLAN DE INVERSIONES INICIAL	16
6.2	PLAN DE FINANCIACIÓN	16
6.3	SISTEMA DE COBRO A CLIENTES	17
6.4	SISTEMA DE PAGO A PROVEEDORES	17
6.5	PREVISIÓN DE TESORERÍA	17
6.6	CUENTA DE RESULTADOS	17
6.7	BALANCE DE SITUACIÓN	17

7. ANEXOS

7.1 CURRÍCULUMS	18
7.2 OTRAS INFORMACIONES	18
ANEXO I: PLAN DE INVERSIONES INICIAL	19
ACLARACIONES	20
ANEXO II: PLAN DE FINANCIACIÓN INICIAL	22
ACLARACIONES	23
ANEXO III: PREVISIÓN DE TESORERÍA	24
ACLARACIONES	25
ANEXO IV: CUENTA DE RESULTADOS	26
ACLARACIONES	27
ANEXO V: BALANCE DE SITUACIÓN	29
ACLARACIONES	30
OBSERVACIONES	32

0. INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES UN PLAN DE EMPRESA?

El Plan de Empresa es una **herramienta de trabajo** para todas aquellas personas o colectivos que quieran poner en marcha una **iniciativa empresarial**.

Es un **documento escrito** por los promotores del proyecto y en él están recogidos los diferentes **factores** y los **objetivos** de cada una **de las áreas** que intervienen en la puesta en marcha **de la empresa**. No debe confundirse con una simulación de cuentas de documentos financieros provisionales.

¿PARA QUÉ SIRVE?

La utilidad del Plan de Empresa es doble:

- **Internamente** obliga a los promotores del proyecto a iniciar su aventura empresarial, con unos mínimos de coherencia, eficacia, rigor y posibilidades de éxito, estudiando todos los aspectos de viabilidad del mismo.

Además sirve de base para **cohesionar** el equipo promotor del proyecto, permitiendo definir claramente los cargos y las responsabilidades, y verificar que están de acuerdo acerca de los objetivos y la estrategia a seguir.

- **Externamente** es una espléndida carta de presentación del proyecto a terceros, que puede servir para solicitar soporte financiero, buscar socios, contactar con proveedores, Administraciones, etc.

Además, servirá de referencia para la **acción futura** de la empresa y como **instrumento de medida** de los rendimientos alcanzados.

¿QUIÉN HA DE ELABORARLO?

Es muy importante que en la elaboración del Plan de Empresa participen todos **los socios o promotores** del proyecto. Esto garantiza la plena **implicación de todos** en los objetivos de la empresa y en la manera de alcanzarlos.

¿CÓMO SE ESTRUCTURA?

Cada Plan de Empresa tiene su propia personalidad y, por tanto, **puede organizarse de formas diferentes**, pero existen una serie de **elementos y reglas comunes** a todos ellos.

Una **posible estructura** de Plan de Empresa, que es la que se seguirá en este documento, puede ser la siguiente:

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
2. ÁREA DE MARKETING
3. ÁREA DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD
4. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN
5. ÁREA JURÍDICO - FISCAL
6. ÁREA ECONÓMICO - FINANCIERA
7. ANEXOS

¿CÓMO PRESENTARLO?

Las personas que tienen que leer un Plan de Empresa (entidades financieras, posibles socios, proveedores, etc.) normalmente disponen de poco tiempo para hacerlo, por ello, **la parte principal** del documento debe ser **relativamente breve**, del orden de **20 a 40 páginas** como máximo.

Todos los elementos detallados formarán parte de **anexos**, los cuales suelen ser bastante completos y sólo serán leídos por el lector interesado en ellos (estudios de mercado, curriculums, datos técnicos, documentos financieros, etc.).

No existe un modo absoluto de presentación, sin embargo la mayoría de los profesionales recomiendan respetar un **cierto número de reglas**:

- **Un dossier principal breve y anexos.** La parte principal del documento debe contener un breve resumen sobre las conclusiones del estudio de mercado, comentarios a cerca de los documentos financieros, presentación comprensible de los datos técnicos, etc.
- **Un resumen obligatorio**, de una o dos páginas que exponga de manera sucinta una síntesis de todos los aspectos del proyecto e impulse al lector a proseguir la lectura y a formarse una opinión favorable del mismo. Se trata, en cierto modo, de un **“folleto”** o **página de publicidad** con la cual el empresario trata de “vender”: **su empresa**.

Se aconseja realizar una **presentación** del documento de manera **estructurada, clara y concisa**, cuidando los **aspectos formales** y evidentemente, **escrito a máquina o impresora**.

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Se trata de realizar una breve descripción de vuestra actividad y de la historia de vuestro proyecto desde los inicios, analizando su grado de desarrollo en el momento actual.

Los puntos a analizar en este apartado son:

- Descripción de la actividad.
- Evolución del proyecto: Orígenes y actualidad.
- Valoración global del proyecto: puntos fuertes y coherencia.

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

- Descripción de la actividad a realizar.
- ¿Está iniciada?
- Si no está iniciada ¿qué le falta para comenzarla?
- Actividades más importantes realizadas hasta el momento.

Describir la actividad objeto de vuestro proyecto y los pasos que habéis dado hasta ahora para su desarrollo. Especificar si está o no iniciada. En el caso de que lo esté explicar el proceso seguido hasta ahora.

1.2 EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD

- ¿Cómo ha surgido la idea de crear la empresa? ¿Quién la va a promover?
- Tiempo transcurrido desde que surgió la idea.
- Pasos que se han seguido desde entonces.
- ¿Cómo se han integrado los diferentes miembros?.
- Principales problemas que se han planteado.
- Contactos que se han realizado.

Se trata de hacer un breve resumen de la evolución de vuestro proyecto, es decir, que causas os han empujado a poner en marcha vuestra idea y que contactos habéis realizado.

También debéis explicar el proceso desde que nació la idea hasta el momento actual, concretando quienes van a ser los promotores, el grado de implicación de cada uno de los participantes en el proyecto, así como los objetivos individuales que persiguen.

Es interesante resaltar el tiempo que se ha necesitado para madurar la idea y llegar al grado de desarrollo conseguido hasta el momento presente.

Asimismo, hacer constar los problemas más significativos que se os han planteado en su desarrollo, hasta el momento actual.

1.3 VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA

- Valoración global del proyecto.
- Aspectos más atractivos del mismo.
- Argumentación de la coherencia interna del proyecto.

Describir de forma clara y breve el conjunto del proyecto, resaltando los aspectos positivos, los puntos fuertes y la coherencia entre todas las áreas de gestión.

2. ÁREA DE MARKETING

En este apartado se trata de realizar una definición clara y concreta de vuestro producto o servicio, la cual os servirá de punto de referencia para comparar con otros productos/servicios similares que se encuentran en el mercado y destacar los aspectos innovadores/competitivos del vuestro.

Delimitar y determinar un mercado geográfico, realizar un análisis de los posibles usuarios de vuestro producto/servicio, complementando este aspecto con un estudio de la posible competencia, que analice los aspectos que diferencian a vuestro producto/servicio de los ya implantados en el mercado.

Es importante determinar el precio de coste, así como el de venta de vuestro producto/servicio, para poder compararlo con los ya existentes.

Los puntos a analizar en este apartado son los siguientes:

- Definición del producto o servicio.
- Definición del mercado.
- Análisis de la competencia.
- Promoción y publicidad.
- Previsiones.
- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Determinación del precio de venta y su comparación con los de la competencia.

2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

- Definición. Características técnicas, coherencia tecnológica, etc.
- Aspectos innovadores del producto.
- Necesidades que cubre.

Se realizará una definición precisa del producto/servicio que queremos ofrecer, describiendo las características propias y los elementos que le diferencian del resto de los productos/servicios, similares, que hay en el mercado.

También es importante que señaléis a qué segmento de mercado va dirigido y qué necesidades demandadas por este sector quedan cubiertas.

2.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO

- Mercado geográfico (zonas en las que se piensa ofertar el producto/servicio).
- Posibilidades del mercado potencial.
- Estado actual de mercado y posible evolución o tendencia futura.

Se trata de que defináis hacia donde se dirigirá geográficamente la oferta de vuestro producto/servicio, teniendo en cuenta cuales son las posibilidades de las zonas geográficas elegidas, si en estas zonas tendrá salida vuestro producto/servicio, y por qué.

Analizar si estamos ante un mercado en expansión o en decadencia, si estamos ante un sector fragmentado o concentrado, o si está nuestro producto o servicio creando un nuevo sector.

Se deberá incluir un análisis de los futuros clientes, compradores, consumidores del producto/servicio.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- Descripción de la competencia.
- Destacar los puntos fuertes y débiles, comparándolos con los de vuestro proyecto.

Hacer una relación de los aspectos que definen la competencia de vuestra empresa, desde las diferentes perspectivas, (dimensión, medios humanos, zona de influencia, estructura, promoción, abanico de productos, prestigio, etc.), para cada uno de los grupos de competencia en los que está configurado el mercado.

Para cada uno de estos aspectos habría que establecer una comparación con vuestro proyecto de empresa, destacando si está en una situación fuerte o débil respecto de la competencia.

Estudiar si existen factores que puedan influenciar en la actual estructura de mercado, nuevas tendencias de la industria, factores socioeconómicos, nuevas regulaciones administrativas, tendencias demográficas etc.

2.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- Describir los medios y sistemas de publicidad que vais a utilizar para ganar mercado.

Describir y explicar como pensáis influir sobre la demanda para competir con eficacia y para conseguir el nivel de ventas prefijado, indicando los medios y las diversas formas de conseguirlo.

Podéis completar este estudio indicando los puntos básicos de la política de marketing (conjunto de acciones necesarias para vender) de vuestro proyecto de empresa.

2.5 PREVISIONES

- Previsión de ventas anuales.
- Sistemas de distribución.

Indicar, de forma razonada, las cifras de ventas de vuestros productos/servicios, bien en importes, unidades o ambos conceptos.

Asímismo, especificar cuáles serán vuestros circuitos de distribución (al por mayor, al detalle) y como os planteáis el tema de los stocks.

2.6 CÁLCULO DEL PUNTO MUERTO

Se denomina umbral de rentabilidad o punto muerto, al volumen mínimo de ventas que la empresa necesita para obtener beneficios, es decir, el punto muerto se alcanzará cuando la cifra de ventas cubra todos los gastos y costes de la empresa, tanto los variables como los fijos.

Para realizar su cálculo podemos utilizar la siguiente fórmula:

UMBRAL DE RENTABILIDAD

$$\text{PUNTO MUERTO} = \frac{G_F}{1 - \frac{C_V}{V}}$$

GF= Gastos Fijos. Son los debidos a la propia estructura de la empresa, independientemente del volumen de ventas que realice, y forman los gastos generales de la misma.

CV= Costes Variables. Son todos los costes que varían directamente con el volumen de producción, fabricación o venta (Administración, Tributos, Amortizaciones, etc.).

V= Volumen de Ventas

2.7 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA Y SU COMPARACIÓN CON LOS DE LA COMPETENCIA

Se trata de describir cual puede ser la estrategia de precios más adecuada para vuestra empresa, a partir de las valoraciones de los costes fijos, variables y de comercialización efectuados. Es importante que realicéis un análisis comparativo de los precios resultantes, con los de la competencia.

Explicar en que se basan estas diferencias y argumentar los precios que se han fijado.

3. ÁREA DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Esta área hace referencia a los aspectos relacionados con la producción, y la gestión de la calidad, la logística de equipamientos e infraestructura, y las medidas de protección en el trabajo.

Os será útil para acabar de perfilar el proceso de elaboración de los productos o servicios, el sistema/s de control de calidad que se tiene previsto aplicar así como hacer la planificación logística necesaria para desarrollar vuestra actividad, describiendo cada uno de los elementos y cuantificándolos.

Finalmente, habrá de indicar aquellas medidas de seguridad e higiene que serán necesarias para llevar a cabo la actividad empresarial.

Los puntos a desarrollar en este apartado son:

3.1 PRODUCCIÓN

- Proceso de elaboración de los productos o servicios.
- Tecnología aplicada.
- Gestión de stocks.
- Determinación del coste del producto.

Describir detalladamente el proceso de elaboración de los diferentes productos o servicios, indicando los elementos materiales y humanos necesarios así como los tiempos previstos para cada fase y el tiempo total de producción (si lo creéis adecuado podéis hacer un esquema).

Explicar cuál es la tecnología específica aplicada en los procesos detallados en el apartado anterior.

Indicar cuáles serán vuestras materias primas, quienes pueden ser vuestros proveedores, qué precios y condiciones os ofrecen, cuales son los plazos de entrega, si pagan el transporte, si hay que asegurar las mercaderías, cuál es el volumen óptimo de pedidos, si tiene sitio para almacenar y su coste y en qué tiempo medio tendremos los productos semielaborados y los acabados en el almacén.

Estudiar de los costes que tenéis, cuáles son fijos y cuáles variables. Especificar que criterios habéis utilizado para calcular el costo de un producto o servicio. Calcular, según el punto anterior, el costo unitario para cada variedad de producto o servicio.

3.2 CALIDAD

- Control de calidad.

Indicar qué método se ha previsto para comprobar la calidad de los productos o servicios, así como para detectar mejoras en todos los niveles de la empresa.

3.3 EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA

- Maquinaria, herramientas y mobiliario.
- Locales e instalaciones.
- Medios de transporte.

Relación de las necesidades de cada apartado, valorando su coste, indicando si ya se posee alguno de los elementos citados.

Características y valoración del local, tanto si es propio, cedido o bien alquilado. Normativa y permisos que afectan al local y a su situación.

Detallar y cuantificar las instalaciones necesarias para desarrollar la actividad.

Indicar si necesitáis algún tipo de transporte (permanente, periódico o puntual) para llevar a buen término la actividad, así como su coste aproximado.

3.4 SEGURIDAD E HIGIENE

Indicar qué tipo de medidas es necesario adoptar respecto a la seguridad e higiene laboral.

4. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Esta área hace referencia a la definición de los objetivos del proyecto, a su organización y a las personas necesarias para llevarlo a término.

Contempla la organización de los participantes a partir de las funciones determinadas por los objetivos a conseguir. Todo ello deberá quedar reflejado en el organigrama de la empresa que diseñéis.

También tiene especial importancia la definición de un sistema que garantice una planificación a medio plazo de vuestros objetivos así como la valoración de los resultados obtenidos.

En cuanto a la política de personal habría que describir el estado actual de la plantilla y prever su evolución a medio plazo, así como los sueldos y la forma de reparto de beneficios.

Los puntos a analizar en este apartado son:

- Análisis estratégico y definición de objetivos.
- Organización funcional de la empresa.
- Control de gestión.

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

- Análisis de las oportunidades y amenazas que os ofrece vuestro entorno.
- Análisis de los puntos fuertes y débiles internos de vuestro producto.
- Diagnóstico de la situación en que os encontráis.
- Definición de los objetivos a corto y medio plazo.

Analizar aquellos aspectos externos e internos que os son favorables y desfavorables para llevar a buen término vuestro proyecto. De los elementos que escojáis para realizar este análisis, hacer un diagnóstico sobre la situación del proyecto.

A partir de este diagnóstico de la situación, marcar los objetivos que como empresa os planteáis a corto y medio plazo (uno y tres años respectivamente).

4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

- Definición de las funciones a partir de los objetivos del proyecto.
- Reparto de funciones (justificadas según los curriculums y la experiencia profesional).
- Organigrama.
- Gestión y dirección (toma de decisiones).
- Perspectivas de evolución de la plantilla.
- Forma prevista de reparto de los diversos conceptos de retribución (sueldos, reparto de beneficios, facturación por servicios, etc.).

Definir las funciones necesarias para realizar vuestro proyecto señalando el perfil de las personas que habrán de asumirlas. A partir de aquí, definir el organigrama funcional de la empresa contando cual será la evolución futura prevista y especificando las funciones asignadas a cada área.

De acuerdo con el organigrama diseñado indicar el número de personas necesarias y las características de las mismas así como el momento en que se prevé su incorporación.

Establecer los sueldos previstos y la forma de distribución de los beneficios obtenidos.

4.3 CONTROL DE GESTION

- Planificación de los objetivos de la empresa (según prioridades y temporalización).
- Evaluación de los resultados a obtener (criterios, instrumentos y temporalización).
- Sistemas de información (internos/externos) para la toma de decisiones.

Clasificar de forma clara y concreta los objetivos principales de vuestro proyecto a corto y medio plazo, estableciéndolos de acuerdo con su prioridad.

Adjuntar un cuadro donde se recoja la evolución temporal prevista para estos objetivos. De la misma manera, establecer un sistema que os permita evaluar los resultados obtenidos sobre la base de los criterios que previamente habéis establecido.

También es importante que reflejéis en este apartado el sistema de obtención de información (tanto interna como externa) que pensáis adoptar para vuestra empresa.

5. ÁREA JURÍDICO - FISCAL

Esta área hace referencia a los aspectos legales que os afectarán en el momento de constituir la empresa y en el transcurso de su actividad diaria.

Es muy importante el conocimiento de las diferentes posibilidades legales a la hora de elegir la forma jurídica más adecuada para la empresa, y por tanto debe hacerse un planteamiento de las diversas alternativas y un análisis exhaustivo de las ventajas y desventajas de cada modelo.

También hay que analizar los aspectos fiscales de vuestra situación y las perspectivas respecto a los impuestos estatales (IVA; IRPF Y Sociedades), así como la posibilidad (o necesidad) de proteger vuestras marcas y patentes.

Asímismo deberéis indicar la documentación oficial que será necesaria.

Los puntos a analizar en este apartado, son los siguientes:

- Determinación de la forma jurídica.
- Aspectos laborales.
- Obligaciones fiscales propias de la actividad.
- Patentes y marcas.
- Permisos, licencias y documentación oficial.

5.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

- En el caso de no estar aún legalizado, indicar la forma jurídica elegida y argumentar la razón de la elección, describiendo la tramitación y el calendario de legalización.
- En el caso de estar legalizados, indicar la forma elegida y la razón de la elección.

Se trata de que especifiquéis el proceso de análisis que os ha llevado a adoptar una determinada forma jurídica o a preferirla respecto a otras, incidiendo en los aspectos que hacen referencia a los gastos de constitución (realizados o estudiados), al proceso de tramitación y al calendario de legalización.

5.2 ASPECTOS LABORALES

- Modalidades de contratación.

Describir los tipos de contratos, mercantiles, laborales, por tipologías, etc., que se piensan establecer en la empresa y sus características.

5.3 OBLIGACIONES FISCALES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD

En este apartado hay que consignar los aspectos fiscales que inciden específicamente en vuestra actividad: impuesto de actividades económicas (I.A.E), IVA, etc.; determinando su coste.

5.4 PATENTES Y MARCAS

- Necesidad de protección y derechos sobre el producto o servicio que se pretende comercializar.
- Dependencia de terceros.
- Proceso de tramitación.

En el caso de que vuestro proyecto haya de estar protegido legalmente, habría que contrastarlo, indicando los pasos que se han de efectuar para el proceso de legalización.

5.5 PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

Indicar los permisos, licencias y documentación contable oficial que precisáis para la gestión de vuestra empresa.

6. ÁREA ECONÓMICO - FINANCIERA

En esta área se establecerán todos los aspectos económico - financieros de vuestro proyecto.

Así, habrá que confeccionar un plan de inversiones, definir el porcentaje de amortización que se piensa aplicar a las inversiones programadas y de qué manera se financiará cada capítulo de inversiones.

Establecer las oportunas previsiones anuales de cuenta de explotación, plan de tesorería y balance, razonando el importe de cada partida.

Indicar la forma de cobro y pago prevista por los conceptos de facturación y gastos de vuestros productos/servicios.

Los puntos a analizar en este apartado son:

- Plan de inversiones inicial.
- Plan de financiación.
- Sistema de cobro a clientes.
- Sistema de pago a proveedores.
- Previsión de tesorería.
- Cuenta de resultados.
- Balance de Situación.

6.1 PLAN DE INVERSIONES INICIAL

Volumen de fondos necesario para iniciar la actividad (Ver modelo ANEXO I).

6.2 PLAN DE FINANCIACIÓN

Fondos económicos de donde se obtienen los recursos para financiar el plan de inversiones (Ver modelo ANEXO II).

6.3 SISTEMA DE COBRO A CLIENTES

Cuál es el plan de cobro (plazos) utilizado con los clientes. Descuentos a aplicar.

6.4 SISTEMA DE PAGO A PROVEEDORES

Cuáles son los plazos de pago establecidos para los proveedores. Descuentos a obtener.

6.5 PREVISIÓN DE TESORERÍA

Previsión mensual de los cobros y pagos que se harán en el plazo de un año. (Ver modelo ANEXO III).

6.6 CUENTA DE RESULTADOS

Previsión de los beneficios o pérdidas que se obtendrán en el plazo de tres años (Ver modelo ANEXO IV).

6.7 BALANCE DE SITUACIÓN

Previsión del estado concreto de la empresa en un momento determinado (Ver modelo ANEXO V).

7. ANEXOS

Este apartado ha de incluir aquellos elementos que complementan o aportan datos cualitativamente importantes para la comprensión global del proyecto y que no hayan sido introducidos anteriormente.

Los puntos a analizar en este apartado son:

- Curriculums.
- Otras informaciones.

7.1 CURRÍCULUMS

Se ha de incluir el curriculum personal de cada una de las personas promotoras del proyecto, poniendo énfasis especial en la descripción de los elementos que estén relacionados con la actividad empresarial.

7.2 OTRAS INFORMACIONES

Se trata de aportar el máximo de elementos que puedan enriquecer la comprensión global del proyecto; destacando sus elementos más importantes y sugerentes a través de: material fotográfico, audio - visual, maquetas, referencias en medios de comunicación, referencias diversas, muestras, etc.

ANEXOS

ANEXO I

PLAN DE INVERSIONES INICIAL	
Gastos de constitución y puesta en marcha	
Terrenos y bienes naturales	
Edificios y otras construcciones	
Maquinaria, instalaciones y utillaje	
Elementos de transporte	
Mobiliario y enseres	
Equipos para procesos de información	
Aplicaciones informáticas	
Derechos de traspaso	
Patentes y marcas	
Depósitos y Fianzas	
Existencias	
Provisión de fondos (*)	
TOTAL	

(*) Importes necesarios para el mantenimiento de la empresa antes de cobrar las primeras facturaciones

ACLARACIONES AL PLAN DE INVERSIONES (ANEXO I)

- 1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA.** Todos los gastos necesarios para que la empresa pueda iniciar su actividad productiva (tasa notarial, impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos, elaboración de memorias y estudios, etc.).
- 2. TERRENOS Y BIENES NATURALES.** Representa solares de naturaleza urbana, fincas rústicas, otros terrenos no urbanos, minas y canteras.
- 3. CONSTRUCCIONES.** Representa los edificios, cualquiera que sea su destino.
- 4. MAQUINARIA.** Representa las máquinas mediante las cuales se realiza la extracción o elaboración de productos.
- 5. INSTALACIONES.** Cualquier otra instalación de uso especializado que aún siendo separable, está ligada al proceso productivo de forma definitiva. Se incluyen los repuestos o recambios válidos exclusivamente para este tipo de instalaciones.
- 6. UTILLAJE.** Conjunto de utensilios o herramientas que se pueden utilizar autónomamente o conjuntamente con la maquinaria.
- 7. ELEMENTOS DE TRANSPORTE.** Vehículos de todas clases utilizables para el transporte terrestre, marítimo o aéreo de personas, animales, materiales o mercaderías.
- 8. MOBILIARIO Y ENSERES.** Muebles, material y equipos de oficinas; con excepción de los incluidos en la cuenta equipos para procesos de información.
- 9. EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACIÓN.** Ordenadores y demás conjuntos electrónicos.
- 10. APLICACIONES INFORMÁTICAS.** Importes satisfechos por la propiedad o por el derecho al uso de programas informáticos. Se incluirán los elaborados por la propia empresa.
- 11. DERECHOS DE TRASPASO.** Importe satisfecho por los derechos de arrendamiento de locales.
- 12. PROPIEDAD INDUSTRIAL. (Patentes y marcas).** Importes satisfechos por la propiedad, o por el derecho al uso, o a la concesión del uso de las distintas manifestaciones de la propiedad industrial (Patentes, marcas, nombres comerciales, procedimientos de fabricación, estudios y proyectos, etc.).

13. **DEPÓSITOS Y FIANZAS.** Efectivo librado como depósito o garantía de cumplimiento de alguna obligación.
14. **EXISTENCIAS** Son los bienes que tiene la empresa para comercializarlos, con o sin transformación.
15. **PROVISIÓN DE FONDOS.** Importes necesarios para mantener la empresa antes de cobrar las primeras facturaciones.

ANEXO II

PLAN DE FINANCIACION INICIAL	
CONCEPTO	IMPORTE (En miles de pesetas)
Aportaciones de los socios	
Préstamos a largo plazo	
Créditos	
Subvenciones recibidas	
Otros (*)	
TOTAL	

(*) Cualquier otro concepto no especificado anteriormente

ACLARACIONES AL PLAN DE FINANCIACION (ANEXO II)

1. APORTACIONES DE LOS SOCIOS

- Ahorros
- Indemnizaciones por despidos.
- Ayudas de familiares o amigos sin intereses.

2. PRESTAMOS A LARGO PLAZO Y CREDITOS

Los concedidos por entidades financieras o los provenientes de familiares o amigos, que se encuentren gravados por intereses y que tengan un plazo de devolución superior al año.

3. SUBVENCIONES

- Importes recibidos en el momento de iniciar la actividad.

4. OTROS

Cualesquiera otros, no especificados anteriormente.

PRESUPUESTO DE TESORERIA

CONCEPTO	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
(1) Saldo inicial												
Cobros												
–Por ventas												
–Por subvenciones												
–Por IVA repercutido												
–Por otros conceptos												
(2) Total cobros												
Pagos												
–A proveedores												
–Sueldos y Salarios, (Netos)												
–Seguridad Social												
–Publicidad, promoción y Relaciones Públicas												
–Primas de Seguros												
–Suministros (luz, agua, teléfono, etc.)												
–Tributos												
–Transporte												
–Arrendamientos												
–Hacienda Pública (*IVA e IRPF)												
–Gastos financieros												
–Por amortización de deudas												
–Pagos por inversiones de Activo Fijo												
–Pagos diversos												
(3) Total pagos												
(2-3) Diferencia cobros/pagos												
(1+2-3) NECESIDAD O EXCESO DE TESORERIA												

(*) Diferencia entre IVA soportado e IVA repercutido

ACLARACIONES AL PLAN DE TESORERIA (ANEXO III)

Los conceptos manejados en este apartado son los mismos que los que se van a manejar posteriormente en la cuenta de explotación, pero en este caso se ha de considerar el **momento en que se pagará o cobrará**, independientemente de cuando se produzcan las compras y las ventas.

ANEXO IV

(*) CUENTA DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estimación Cuenta Resultados Previsional					
Ingresos					
Ventas					
Subvenciones a la explotación					
Ingresos financieros					
Otros ingresos					
(1) TOTAL INGRESOS					
Gastos					
Compras					
• Variación de existencias					
• Trabajos realizados por otras empresas					
Servicios Exteriores					
Gastos en I+D					
Arrendamientos y Cánones					
Reparaciones y Conservación					
Servicios de Profesionales Independientes. Gestoría					
Transportes					
Primas de Seguros					
Servicios Bancarios y similares					
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas					
Suministros					
Otros servicios					
Tributos					
(Impuestos, contribuciones, tasas, etc.)					
Gastos de Personal					
(Sueldos, salarios)					
Seguridad Social a cargo de la empresa y otros conceptos					
Gastos Financieros					
(Intereses)					
Dotación para Amortizaciones					
Amortización gastos de primer establecimiento					
Amortización inmovilizado inmaterial					
Amortización inmovilizado material					
(2) TOTAL GASTOS					
(1-2) DIFERENCIA					
(Resultados obtenidos)					

(*) La Cuenta de Resultados puede ser desglosada mes a mes para facilitar los cálculos

ACLARACIONES A LA CUENTA DE RESULTADOS (ANEXO IV)

INGRESOS

1. **Ventas** de productos o servicios que correspondan a la actividad principal de la empresa.
2. **Subvenciones** recibidas a fondo perdido para compensar los déficits de explotación.
3. **Ingresos financieros** derivados de: dividendos de acciones, intereses de cuentas corrientes, etc.
4. **Otros ingresos**, obtenidos por actividades que no son la principal de la empresa.

GASTOS

1. **Compras.** Aprovisionamientos en mercaderías y demás bienes adquiridos por la empresa para revenderlos, bien sin alterar su forma o previo sometimiento a procesos de adaptación, transformación, o construcción. Se contabilizarán todas las que se vayan a hacer durante todo el ejercicio a que hace referencia el punto 14 del plan de inversiones inicial.
2. **Variación de existencias.** Esta cuenta registrará, al final del ejercicio, la diferencia entre los stocks al inicio del ejercicio y los stocks al finalizarlo. Estos stocks pueden ser de mercaderías, de materias primas y de productos terminados o en curso.
3. **Trabajos realizados por otras empresas.** Comprende los trabajos que, formando parte del proceso productivo, se encarguen a otras empresas.
4. **Gastos en I+D.** Comprende los gastos de investigación y desarrollo por servicios encargados a otras empresas.
5. **Arrendamientos y Cánones.** Alquileres, tanto de locales o despachos como de maquinaria.
6. **Reparaciones y conservación.** Mantenimiento y reparaciones, gastos derivados de la conservación del inmovilizado material (maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.).

7. **Servicios de profesionales independientes.** Contraprestación de servicios profesionales independientes (asesorías, gestorías, etc.).
8. **Transportes.** Comprende los transportes a cargo de la empresa, realizados por terceros, cuando no proceda incluirlos en el precio de adquisición del inmovilizado o de las existencias.
9. **Primas de Seguros.** Comprende las cantidades que se satisfacen por primas de seguros de todo tipo, excepto Seguridad Social.
10. **Servicios bancarios y similares.** Comprende las comisiones y otros gastos que se satisfacen por servicios bancarios y similares.
11. **Publicidad, propaganda y relaciones públicas.** Importe de los gastos satisfechos por los conceptos que indica el nombre de la cuenta.
12. **Suministros.** Consumos de agua, luz, gas o cualquier otro abastecimiento que no tenga la cualidad de almacenable. Si es almacenable se considerará como existencias y se contabilizará en la cuenta de compras. Se incluirán en esta cuenta todos los servicios no comprendidos en las cuentas anteriores.
13. **Tributos.** Todo tipo de tasas, contribuciones e impuestos.
14. **Gastos de personal.** Incluye: Salarios brutos del personal asalariado, Gastos sociales, Salarios de los socios o retribución propia en el caso de autónomos, Seguridad Social a cargo de la empresa y/o seguros de autónomos.
15. **Gastos financieros.** Incluye: intereses de préstamo, descuentos sobre ventas, intereses, comisiones y gastos por descuento de efectos (letras), por cobro de recibos, etc.
16. **Dotación para amortizaciones.** Es el resultado de aplicar anualmente un porcentaje sobre el valor del inmovilizado material o inmaterial, que mide su desgaste anual o su obsolescencia.

ANEXO V

BALANCE DE SITUACION	
ACTIVO	PASIVO
<p>ACTIVO FIJO (INMOVILIZADO)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● INMOVILIZADO MATERIAL <ul style="list-style-type: none"> – Terrenos – Edificios – Elementos de transporte – Mobiliario y enseres – Maquinaria – Equipos para procesos de información – ... ● INMOVILIZADO INMATERIAL <ul style="list-style-type: none"> – Derechos de Traspaso – Patentes y marcos, nombre comercial – Aplicaciones informáticas – ... ● INMOVILIZADO FINANCIERO <ul style="list-style-type: none"> – Fianzas a l/p – Depósitos a l/p – ... ● GASTOS AMORTIZABLES <ul style="list-style-type: none"> – Gastos de constitución y puesta en marcha – ... <p>(-) FONDO DE AMORTIZACION</p>	<p>RECURSOS PERMANENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● RECURSOS PROPIOS <ul style="list-style-type: none"> – Capital Social – Reservas – Beneficios – Subvenciones oficiales de capital ● EXIGIBLE A LARGO PLAZO <ul style="list-style-type: none"> – Préstamos a largo plazo – Acreedores a largo plazo – ...
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	TOTAL RECURSOS PERMANENTES
<p>ACTIVO CIRCULANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● EXISTENCIAS <ul style="list-style-type: none"> – Materias primas – Productos terminados – Productos en curso – ... ● REALIZABLE <ul style="list-style-type: none"> – Clientes – Deudores varios – ... ● DISPONIBLE <ul style="list-style-type: none"> – Caja – Bancos 	<p>EXIGIBLE A CORTO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> – Proveedores – Préstamos a corto plazo – Acreedores a corto plazo – ...
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	TOTAL EXIGIBLE A CORTO PLAZO
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO

ACLARACIONES AL BALANCE DE SITUACION (ANEXO V)

ACTIVO

- 1. Terrenos y bienes naturales, Edificios y otras construcciones, Maquinaria instalaciones y utillaje, Elementos de transporte, Mobiliario y enseres, Equipos para procesos de información....; Derechos de traspaso, Patentes y marcas, Aplicaciones informáticas, Fianzas y Depósitos, Gastos de constitución y puesta en marcha.** Para todos estos conceptos ver el Plan de Inversiones inicial.
- 2. Fondo de amortización.** Ver el punto.16 de aclaraciones a la cuenta de resultados.
- 3. Existencias.** Ver el punto.14 de aclaraciones al Plan de Inversiones inicial, con la excepción de que ya no serán las adquiridas al inicio de la actividad sino las que haya al finalizar el ejercicio.
- 4. Clientes.** Importes que nos deben los clientes.
- 5. Deudores varios.** Importes que nos deben otros deudores que no son clientes propiamente dichos.
- 6. Caja.** Es el dinero que hay en la caja, en efectivo, (ha de coincidir con el saldo final de la previsión de tesorería).
- 7. Bancos.** Dinero que tiene la empresa en entidades financieras, en cuentas corrientes.

PASIVO

- 1. Capital Social.** Capital suscrito en las sociedades que tienen forma mercantil. En el caso de entidades sin forma mercantil, la cuenta se denomina **Fondo Social** y para las empresas individuales se denomina **Capital**.
- 2. Reservas.** Importes provenientes de beneficios de años anteriores, que se mantienen en la empresa como reinversión.

3. **Subvenciones oficiales de capital.** Importes recibidos a fondo perdido de organismos oficiales que tienen como finalidad ayudar a financiar las inversiones de la empresa.
4. **Préstamos a largo plazo.** Préstamos o créditos bancarios a devolver en un plazo superior a un año.
5. **Acreeedores a largo plazo.** Deudas de la empresa con deudores diversos a pagar en más de un año.
6. **Proveedores.** Deudas de la empresa con proveedores, a pagar en menos de un año.
7. **Préstamos a corto plazo.** Préstamos o créditos bancarios a devolver en un plazo inferior al año.
8. **Acreeedores a corto plazo.** Deudas de la empresa con deudores diversos a pagar en un plazo inferior al año.

OBSERVACIONES