



NOMBRE DE LA EMPRESA

Sector:

Nombre persona/s promotoras

CONTENIDO

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.....	3
Breve historia de la idea.....	3
Denominación.....	3
Descripción de la actividad.....	3
Justificación de la localización.....	3
Identificación de los promotores.....	3
Currículum personas promotoras.....	3
PLAN DE MARKETING.....	3
Descripción del proceso de negocio.....	3
El producto / servicio.....	4
Mercado.....	4
PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	5
Organigrama.....	5
Descripción de los puestos de trabajo.....	5
PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	5
PUESTA EN MARCHA.....	6
CONCLUSIONES.....	6
ANEXOS.....	6

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

1.1 Breve historia de la idea

Indicar cómo surge y se desarrolla la idea hasta el momento actual.

1.2 Denominación

1.3 Descripción de la actividad

1.3.1 Propuesta de valor. Qué se va a hacer y cómo se van a generar los ingresos.

1.3.2 Oportunidad del mercado

Indicar dónde – cuál...

1.3.3 Ventaja competitiva

Indicar nuestra ventaja competitiva

1.3.4 Carácter tecnológico, innovador y/o sustentable

1.3.5 Productos y/o servicios que ofrecemos

Los productos y/o servicios que ofrecemos son

1.3.6 Forma jurídica

Concretar qué forma jurídica se ha adoptado. Destacar si está relacionada con alguna fórmula de economía social.

1.4 Justificación de la localización

Indicar por qué se ha escogido esa localización: A Coruña

1.5 Identificación de los promotores

(Nombre y experiencia: laboral/ profesional)

1.6 Curriculum de las personas promotoras (incluyendo grado de implicación / vinculación con el proyecto)

Adjuntar curriculum de los promotores, indicando su grado de vinculación con el proyecto.

2. PLAN DE MARKETING

2.1 Descripción del proceso de negocio.

El proceso de negocio es el siguiente:

2.2 El producto /servicio

2.2.1 Análisis comparativo producto/precio.

Realizado el correspondiente análisis de los competidores, la comparativa de su oferta producto-precio con la nuestra nos indica que

2.2.2 Promoción y sistemas de comercialización/distribución.

La promoción existente en el mercado es.....

La empresa realizará las acciones.....para la distribución del producto o servicio.....

2.1.3 Objetivos comerciales. Cuantitativos y cualitativos.

Los objetivos comerciales de la empresa y su plazo previsto son los siguientes:

Objetivos cuantitativos:

Objetivos cualitativos

2.3 Mercado:

2.3.1 Situación actual y perspectivas del Sector. Factores clave y tamaño.

Contexto general del mercado: La situación actual del mercado es de alta competitividad y se espera que en el futuro.....

2.3.2 Mercado potencial: Descripción. Perfil del Cliente.

Quien es nuestro cliente. Dónde está. Cómo consume

2.3.2.1 Factores clave de éxito y análisis DAFO

Los factores que definen o van a definir la presencia en este mercado son los siguientes:

Siendo conscientes de estas necesidades, la empresa tiene previsto trabajar en este mercado atendiendo especialmente a los siguientes puntos

Tomando en consideración estas necesidades se ha identificado el siguiente DAFO:

Puntos Fuertes y Oportunidades

Puntos Débiles y Amenazas

2.3.2.2 Las actuaciones que la empresa tiene previstas derivadas del análisis de nuestro DAFO son las siguientes

Primera:

Segunda:

Tercera:

....

2.3.3 Competencia: Identificación y análisis de los competidores.

Los principales competidores de nuestra empresa son:

El mercado está liderado por:

El tamaño de los competidores es:

Características destacables:

Nuestra situación respecto a ellos es:

3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

3.1 Organigrama

El organigrama de la sociedad se describe a continuación, para su adecuada comprensión se debe comentar lo siguiente:

3.2 Descripción de los puestos de trabajo.

Número total de puestos de trabajo incluidas las personas promotoras.

Descripción de cada uno de ellos.

4. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

4.1 Inversiones

La empresa necesita las siguientes inversiones (concepto y cuantía).

Además para la constitución de la empresa y el desarrollo de la imagen corporativa es necesaria una inversión de

La inversión en capital circulante prevista es de

[Adjuntar detalle en el anexo cuadros de análisis económico-financiero]

4.2 Necesidades de tesorería

4.3 Estimación de Ingresos

Los ingresos previstos durante los primeros años de actividad son los siguientes:

[Adjuntar detalle en el anexo cuadros de análisis económico-financiero]

4.4 Costes de venta

4.5 Gastos de funcionamiento

- Fijos:
- Personal:

[Adjuntar detalle en el anexo cuadros de análisis económico-financiero]

4.6 Resultados y generación de fondos.

Los resultados y la generación de fondos prevista durante los primeros años de actividad son los siguientes:

[Adjuntar detalle en el anexo cuadros de análisis económico-financiero]

4.7 Fuentes de financiación

Las necesidades y fuentes de financiación son las siguientes:

[Adjuntar detalle en el anexo cuadros de análisis económico-financiero]

5. PUESTA EN MARCHA:

1. Fecha prevista de inicio de actividad.
2. Previsión (si fuera el caso) de expansión internacional. Breve descripción

CONCLUSIONES

Las conclusiones son las siguientes:

ANEXOS

Cuadros de análisis económico-financiero: inversión, financiación, ingresos previstos, coste de ventas, gastos fijos, y resultados previstos.

Fuentes de información