



PLA D'EMPRESA

El pla d'empresa és un document que plasma els aspectes més rellevants del teu projecte empresarial.

Una primera aproximació passaria per fer una reflexió sobre els següents aspectes:

- Proposta de valor: Descripció general del producte o servei que s'ofereix, deixant clara la problemàtica que resol o la necessitat satisfeta.
- Qui és el client. Caracterització de la clientela a la qual ens dirigim. Segment objectiu.
- Caracterització del mercat: sector, grandària actual i tendències.
- Competència: existeixen productes similars en el mercat?, qui són els nostres competidors clau?, quin és el nostre avantatge competitiu respecte a ells?, productes substitutius?
- Com es vendrà
- Característiques diferenciadores, innovadores del producte. Com ho fabricarem, on, per què.
- Qüestions econòmiques bàsiques: quant vendràs, costos de producció, benefici que esperes traure.
- Recursos necessaris
- Equip humà: qui ho formen, punts forts, febles.
- Definició del context en el qual es desenvolupa el projecte

A continuació tens un **possible guió** del pla d'empresa; adapta'l al teu projecte concret i exposa els diferents apartats amb claredat i concisió.

RESUM EXECUTIU

1 o 2 pàgines que aclarisquen el tipus d'empresa, el producte que es vendrà, a qui es vendrà, qui portarà l'empresa, necessitats de finançament, principals fites passades i

futures, etc. És l'última part que ha d'escriure's i la primera a llegir-se.

PRESENTACIÓ DE L'EMPRESA I EL PRODUCTE

Què és l'empresa, la seua missió, objectius, on se situarà, quin producte ofereix, característiques diferenciadores d'aquest, qui són els clients, per què compraran el producte... Alguns dels punts tractats ací seran tractats amb més profunditat en altres apartats. Es pot incloure un DAFO del projecte empresarial.

A més en aquest apartat s'ha de descriure l'estat del projecte empresarial: estat de desenvolupament de la tecnologia, principals fites escomeses, principals fites futures, descripció de les fases necessàries per a la posada en mercat del producte, tasques a subcontractar, aliances estratègiques, etc. Ha de quedar clar on estem i cap a on anem i com de desenvolupat està el producte o servei que oferim.

ANÀLISI DE MERCAT

Grandària i característiques del mercat potencial, possibilitats d'èxit del producte, quota estimada, barreres d'entrada, tendències, etc. Ha de definir l'oportunitat comercial, els competidors existents i potencials, avantatge competitiu i estratègia de diferenciació, etc. En definitiva, s'ha de demostrar que s'entén el negoci, la indústria, els riscos, el tipus de client al qual s'apunta i els competidors.

PLA DE MÀRQUETING I VENDES

Posicionament en el mercat; quina política de preus se seguirà i per què; com es durà a terme la distribució del producte; com promocionar el producte en el mercat; previsió de vendes.

PLA D'OPERACIONS/PROCÉS DE TRANSFORMACIÓ

Aquesta secció ha de mostrar que s'han considerat tots els aspectes pràctics del dia a dia del negoci. Ha de descriure els passos necessaris per a la posada en marxa: passos

per a tenir un producte acabat, posar-lo en funcionament, en venda, post-venda, etc.

EQUIP DE GESTIÓ / EQUIP PROMOTOR

Membres de l'equip directiu: CV, capacitats, motivacions i implicació, punts forts i febles.

Diagrama i política de recursos humans.

ANALISIS ECONOMICO-FINANCIER

Sol ser una previsió a 5 anys dels aspectes economicofinancers de l'empresa més rellevants: ingressos i despeses; necessitats de finançament; tresoreria. El normal és incloure el compte de resultats, la tresoreria del primer any i un balanç de situació. Tingues en compte que el paper ho aguanta tot; fixa diferents escenaris (pessimista, realista, optimista) i tracta d'identificar les principals fites o punts d'inflexió (com el punt de ruptura a partir de qual cobreixes despeses)

ANNEXOS

Qualsevol informació addicional que es considere necessària per a la correcta avaluació del projecte i, particularment, una descripció de la tecnologia que sustenta el producte o servei.