

PLA D'EMPRESA REDUÏT PER A NOUS EMPRENEDORS DE NEGOCIS PETITS

Índex:

Introducció.

0 Resum

1 Objectius del projecte de negoci

2 Persona emprenedora o equip fundador

3 DAFO, anàlisi de l'entorn

4 Pla de màrqueting.

5 L'organització.

6 El procés productiu.

7 Finançament.

8 Viabilitat econòmica.

Annex1 DAFO

Annex2 Pla de tresoreria.

Introducció.

Per posar en marxa un negoci cal fer prèviament un Pla de negoci ben estudiat.

Un Pla de negoci és un estudi a fons de les característiques i objectius del projecte i de les accions i finançament necessari per dur-lo a terme.

El Pla de negoci és la descripció del projecte. Inclou el producte o servei que oferim, el mercat que servim, els recursos que ens calen i la forma d'obtenir-los. Ha de tenir en compte les activitats a realitzar i els possibles inconvenients o dificultats previsibles.

Cal ser molt acurat en fer el Pla. En l'elaboració del Pla hi han de prendre part, i se l'han de fer seu, totes les persones que després hauran de dur-lo a terme. El Pla és la guia del negoci i la referència de les accions a fer i de com fer-les, i s'haurà de modificar si canviem algun dels seus aspectes bàsics.

Aquesta guia informa dels punts a tenir en compte en fer el Pla d'Empresa. El Pla es diferent per a cada negoci i en cada projecte.

Segueix la descripció de cada un dels aspectes esmentats.

0- Resum / Informe executiu.

Objectiu. El resum ha de servir perquè qui llegeixi el Pla tingui una idea prèvia de les línies principals del projecte. Això l'ajudarà a entendre l'exposició detallada posterior.

Descripció. El resum ha d'incloure la descripció de la idea de negoci i l'estratègia que se seguirà en màrqueting, producció i finançament. S'ha de definir de forma detallada el producte o servei, diferenciació d'altres productes en el mercat i avantatges que pot oferir als clients. També s'ha d'incloure informació rellevant de l'equip o la persona emprenedora, formació coneixements previs i experiència.

Nota. Aquest resum, encara que estigui al començament del Pla, s'ha de fer un cop el Pla s'hagi redactat. Així assegurem que tots els aspectes rellevants s'han inclòs d'acord amb la seva importància.

1- Objectius del projecte de negoci.

Definir detalladament:

- El producte o servei a oferir.
- La diferenciació respecte als productes actualment al mercat i els avantatges que el nostre producte pot aportar als clients. Aquest avantatge es poden referir al producte mateix, la presentació, la distribució o altres serveis addicionals.
- Considerar el preu que podem oferir i comparar-lo amb el preu del mercat.

2- Persona emprenedora o equip fundador.

Detallar:

- Formació i experiència de les persones promotores en el sector d'activitat del projecte.

- Experiència o coneixement del producte, experiència laboral prèvia.
- Complementarietat de les persones que formen l'equip.
- Les motivacions que han fet posar en marxa el projecte (dur a terme una idea pròpia, generar ocupació, aprofitar una oportunitat, situació d'atur...).

3- DAFO, anàlisi de l'entorn.

El DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats), és l'eina analítica necessària per preparar i elaborar el pla de negoci.

Ens permet veure quin és el present i planificar el futur de l'empresa o del projecte de negoci que volem portar a terme.

L'anàlisi DAFO consisteix en analitzar el context competitiu de la nostra empresa (o projecte empresarial), des d'una doble vessant: externa i interna.

L'anàlisi extern ens permetrà conèixer **les amenaces i oportunitats** de l'entorn i del sector en el que tenim o tindrem activitat. Aquest coneixement ens ha de permetre definir i implementar estratègies defensives encaminades a minimitzar les amenaces, així com estratègies per aprofitar les oportunitats.

L'anàlisi intern ens ha de permetre conèixer en profunditat **les fortaleses i debilitats** (àmbit intern) del nostre negoci o projecte de negoci, en funció de la competència. En aquest apartat cal analitzar tant els recursos com les capacitats, basant-nos en fets concrets i reals. Aquesta anàlisi ha de ser molt completa i ha de tenir present els productes o serveis, el procés de producció, els recursos humans, el màrqueting, l'equip comercial, la organització, el finançament...

Com a resum podríem dir:

ENTORN (ÀMBIT EXTERN)

- **Amenaces.** Són aquells aspectes de l'entorn que dificulten o impedeixen la implementació d'estratègies, o que en redueixen la seva efectivitat o n'incrementen els riscos. Cal conèixer-les per tal d'evitar-les en lo possible.
- **Oportunitats.** Són tots aquells avantatges competitius que ens ofereix l'entorn i que ens permeten incrementar la xifra de negoci. Saber quines oportunitats ens ofereix l'entorn ens ha de permetre aprofitar-les.

ÀMBIT INTERN

- **Debilitats o punts febles.** Són aquells aspectes que limiten la capacitat i el creixement de l'empresa i, per tant, representen una amenaça per al negoci. S'han de controlar i superar.
- **Fortaleses o punts forts.** Són les nostres avantatges competitives respecte a les de la competència, Hem de saber com explotar-les perquè es tradueixin en resultats reals.

Aconsellem ser molt rigorosos. Com més bé haguem fet l'anàlisi DAFO, millor definirem les estratègies empresarials i els reptes que volem assolir.

Adjuntem com annex I la matriu de DAFO.

4- Pla de màrqueting.

Mercat. Definir detalladament el mercat al que dirigirà el producte o servei.

- Quina necessitat cobreix el producte o servei
- Quina dimensió té el mercat.
- Localització geogràfica.
- Definir el tipus de client objectiu.

La competència. Conèixer la competència.

- Identificar les empreses competidores i les seves formes de comercialitzar.
- Percentatge de penetració en el mercat del nostre producte.
- Diferenciació del producte respecte als de la competència.

Argumentari de vendes. Conèixer els avantatges del nostre producte.

- Identificar els arguments que donen valor al nostre producte o servei.
- Evitar els avantatges dels productes de la competència.
- Preveure els inconvenients que poden trobar-hi els clients, i definir els contra-arguments.

Comercialització i distribució.

- Previsió de vendes i preus.
 - Estimar el preu de venda. Valorar el preu de cost i el marge. Al preu de cost s'hi han d'incloure totes les despeses relacionades amb la producció del producte o servei.
 - Fer una prospecció del mercat.
 - Fer una previsió de vendes el mes realista possible.
- Canals de distribució.
 - Xarxa comercial pròpia.
 - Agents comissionistes.
 - Distribuïdors o majoristes.
 - Punts de venda directa.
- Accions de promoció.
 - Internet, pàgina WEB.
 - Xarxes socials, facebook, twitter, Linkedin ...
 - Publicitat per mitjans de comunicació, ràdios, periòdics.
 - Catàlegs.
 - Bústies.
 - Descomptes selectius.

Localització del negoci. Triar la localització segons:

- Accés si es venda directa.
- Comunicacions.
- Mides.
- Ambient local.
- Preu del lloguer.

5- La organització.

Tràmits administratius que s'han de fer. Llistar els tràmits que s'han de fer per obligació legal.

- Comptables.
- Fiscals.
- Laborals.

- Administratiu (licències, permisos).

Personal. Determinar el personal necessari pel projecte.

- Analitzar el número i les característiques dels llocs de feina.
- Tipus de contracte. Analitzar les opcions existents.

Subcontractacions considerades.

- Gestoria.
- Reparacions.
- Comptabilitat.

6- El procés productiu.

Si l'activitat inclou procés productiu, caldrà tenir maquinària i subministraments. Hem de llistar la infraestructura (mobiliari, instal·lacions, locals), els equips (maquinària, transports, equips i programes informàtics) tant els inicials com els del futur previsible. Caldrà fer una planificació per tal d'aconseguir la millor utilització dels mitjans i dels equips. S'hauran de tenir en compte els següents aspectes:

- Compra de matèries primes.
- Organització del procés productiu. Quin volum s'ha de produir, estacionalitat...
- Càlcul del costos de producció.
- Gestió d'estocs de matèries primeres productes semielaborats i producte acabat.
- S'han de fabricar productes de qualitat al mínim cost. S'ha d'obtenir una bona rendibilitat dels recursos disponibles.

Si es tracta de prestar un servei s'han de definir els aspectes d'aquesta prestació com:

- Freqüència i horaris de servei.
- Temps necessari per prestar el servei.
- Local, ambient decoració, distribució interior etc..

En els dos casos cal determinar:

- Personal, categories, titulació i formació necessària.
- Llocs de feina.

7- Finançament.

Per posar en marxa el projecte ens cal una inversió.

- Determinar les inversions necessàries per iniciar l'activitat i fer el projecte de negoci.
- Instal·lacions, adequació del local, permisos.
- Tresoreria per actius circulants (mercaderies, estocs, matèries primes, deutors, disponible).
- Disponibilitat de capital.
- Fonts de finançament externes. Localització i selecció (ICO, ICF, ENISA, MicroBank).

8- Viabilitat econòmica.

Cal assegurar que el projecte és viable i que, després d'un temps de posada en marxa, la operació produirà beneficis. En el primer moment, amb un nivell de vendes baix, no serà possible recuperar els costos fixos d'operació. L'empresari haurà de preveure pèrdues d'operació que s'hauran de cobrir mentre no arribi el creixement i la consolidació.

- Pla financer. Determinar :
 - Projecte d'inversions.
 - Previsió de tresoreria.

- Compte de resultats previsional.
 - Balanç provisional.
-
- Rendibilitat del projecte. Determinar la rendibilitat prevista del projecte al llarg del temps, per prendre les decisions oportunes i assegurar-ne la seva realització.



Annex 1. DAFO

En el curs de la reflexió sobre el nostre negoci o projecte, es recomanable fer servir l'eina d'anàlisi "DAFO" (debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats) que serà útil per valorar la potencialitat del projecte.

A cadascun del 4 quadres, i en relació amb el nostre projecte, es tracta d'anotar-hi:

- Les debilitats internes del nostre projecte.
- Els riscos (o amenaces) del mercat o circumstancies externes.
- Els punts forts del nostre producte o servei.
- Les oportunitats que pot tenir el nostre producte en el mercat.

En cada un del quadres s'hi han de posar el punts importants i d'interès pel nostre projecte, després d'una reflexió acurada.

A continuació se n'exposa un exemple.

	Fortaleses	Debilitats
Anàlisi Interna	Producte o servei innovador. Preu competitiu. Experiència al mercat.	Capacitats financeres limitades. Falta d'experiència comercial.
	Oportunitats	Amenaces
Anàlisi Externa	Noves tecnologies. Debilitament dels competidors. Demanda creixent.	Competència consolidada. Inestabilitat econòmica.

Aquest anàlisi ens permet tenir una visió conjunta de la situació i dedicar els nostres esforços en la direcció més convenient.

