



INDICE PLAN DE EMPRESA

1.	Resumo executivo	4
1.1	Visión, misión e obxectivos. Modelo de negocio.....	4
1.2	O equipo promotor.....	4
1.3	Quen son os clientes e que mercado supoñen.....	4
1.4	Cal é a competencia.....	4
1.5	Principais parámetros.....	4
2.	Descrición do equipo promotor	5
2.1	Identificación dos promotores. Formación e experiencia profesional e empresarial.....	5
2.2	Grao de vinculación co proxecto.....	5
3.	Actividade da empresa	5
3.1	Proposta de valor da empresa: que vai a facer e como vai xerar os ingresos.	5
3.2	Características dos produtos e/ou servizos obxecto da actividade da empresa	5
3.3	Colaboracións clave no proceso produtivo (colaboradores, subcontratacións...)	5
3.4	Elementos innovadores	5
4.	Proceso produtivo	5
4.1	Situación prevista. Criterios de elección.....	5
4.2	Descrición de terreos, edificios, instalacións e equipos precisos para o proceso produtivo.....	5
4.3	Normas que regulan a fabricación ou comercialización do produto e/ou a prestación do servizo	5
4.4	Patentes marcas e licencias.....	5
4.5	Seguridade na calidade dos procesos: garantías, servizo técnico, servizo postventa.....	5
5.	Mercado.....	6
5.1	Contexto xeral do mercado. Factores clave e tamaño.....	6
5.2	Perfil de cliente: quen é, onde está como consume.....	6
5.3	A competencia: identificación, características destacables, participación no mercado.....	6
5.4	Tamaño e cuota de mercado	6
6.	Comercialización do produto ou servizo	6
6.1	Determinación do prezo de venda e a súa comparación coa competencia	6
6.2	Distribución do produto e/ou servizo.....	6
6.3	Política de comunicación.....	6
7.	Aspectos formais do proxecto	6

7.1	Forma xurídica prevista.....	6
7.2	Autorizacións, permisos e trámites necesarios	6
8.	Recursos Humanos.....	6
8.1	Número e perfil das persoas que se contratarán: coñecementos, experiencia.....	6
8.2	Asignación de responsabilidades por posto de traballo	6
8.3	Tipo de contrato e convenio de aplicación.....	6
9.	Análise DAFO	7
10.	Planificación temporal da posta en marcha.....	7
11.	Plan económico e financeiro	7
11.1	Investimentos e política de amortizacións.....	7
11.2	Financiamento	7
11.2.1	Necesidades financeiras. Fondo de manobra inicial.....	7
11.2.2	Achegas dos socios e recursos alleos.....	7
11.2.3	Subvencións e recursos públicos	7
11.3	Ingresos	7
11.4	Custes	7
11.4.1	Custes variables.....	7
11.4.2	Custes de persoal	7
11.4.3	Custes fixos	7
11.5	Política de circulante: cobros, pagos e almacén.....	7
11.6	Punto de equilibrio.....	7
11.7	Contas de resultados previsionais	7
11.8	Balances previsionais.....	7
11.9	Presuposto de capital	7
11.10	Previsións de tesourería.....	7
11.11	Ratios e rendibilidade.....	7

PLAN DE EMPRESA

1. Resumo executivo

1.1 Visión, misión e obxectivos. Modelo de negocio

1.2 O equipo promotor

1.3 Quen son os clientes e que mercado supoñen

1.4 Cal é a competencia

1.5 Principais parámetros

Concepto	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Investimento total					
Fondo de manobra					
Achegas de capital					
Recursos alleos					
Previsión de vendas					
Resultados estimados					
Nº de socios traballadores					
Nº traballadores por conta allea					
Localización					
CNAE					
Epígrafe de IAE					
Forma xurídica					
Data de inicio da actividade					

2. Descrición do equipo promotor

- 2.1 Identificación dos promotores. Formación e experiencia profesional e empresarial
- 2.2 Grao de vinculación co proxecto

3. Actividade da empresa

- 3.1 Proposta de valor da empresa: que vai a facer e como vai xerar os ingresos
- 3.2 Características dos produtos e/ou servizos obxecto da actividade da empresa
- 3.3 Colaboracións clave no proceso produtivo (colaboradores, subcontratacións...)
- 3.4 Elementos innovadores

4. Proceso produtivo

- 4.1 Situación prevista. Criterios de elección
- 4.2 Descrición de terreos, edificios, instalacións e equipos precisos para o proceso produtivo
- 4.3 Normas que regulan a fabricación ou comercialización do produto e/ou a prestación do servizo
- 4.4 Patentes marcas e licencias
- 4.5 Seguridade na calidade dos procesos: garantías, servizo técnico, servizo postvenda

5. Mercado

- 5.1 Contexto xeral do mercado. Factores clave e tamaño
- 5.2 Perfil de cliente: quen é, onde está como consume...
- 5.3 A competencia: identificación, características destacables, participación no mercado..
- 5.4 Tamaño e cuota de mercado

6. Comercialización do produto ou servizo

- 6.1 Determinación do prezo de venda e a súa comparación coa competencia
- 6.2 Distribución do produto e/ou servizo
- 6.3 Política de comunicación

7. Aspectos formais do proxecto

- 7.1 Forma xurídica prevista
- 7.2 Autorizacións, permisos e trámites necesarios

8. Recursos Humanos

- 8.1 Número e perfil das persoas que se contratarán: coñecementos, experiencia...
- 8.2 Asignación de responsabilidades por posto de traballo
- 8.3 Tipo de contrato e convenio de aplicación

9. Análise DAFO

10. Planificación temporal da posta en marcha

11. Plan económico e financeiro

11.1 Investimentos e política de amortizacións

11.2 Financiamento

11.2.1 Necesidades financeiras. Fondo de manobra inicial

11.2.2 Achegas dos socios e recursos alleos

11.2.3 Subvencións e recursos públicos

11.3 Ingresos

11.4 Custes

11.4.1 Custes variables

11.4.2 Custes de persoal

11.4.3 Custes fixos

11.5 Política de circulante: cobros, pagos e almacén

11.6 Punto de equilibrio

11.7 Contas de resultados provisionais

11.8 Balances provisionais

11.9 Presuposto de capital

11.10 Previsións de tesourería

11.11 Ratios e rendibilidade