

GUIA PER A ELABORAR UN PLA DE VIABILITAT



centre de promoció i desenvolupament municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

EL PLA DE VIABILITAT ÉS UN TOT, no té ni un principi ni un fi clarament delimitat. Des del primer fins a l'últim dels seus punts estan estretament interrelacionats de tal manera que no es pot interpretar individualment un apartat o aspecte del pla sense analitzar-lo i emmarcar-lo en la globalitat d'un tot.

EL PLA DE VIABILITAT pot definir-se com el document en què es reflectirà el contingut del projecte empresarial que es pretén posar en marxa, i que comprendrà des de la definició de la idea a desenrotllar fins a la forma concreta de portar-la a la pràctica.

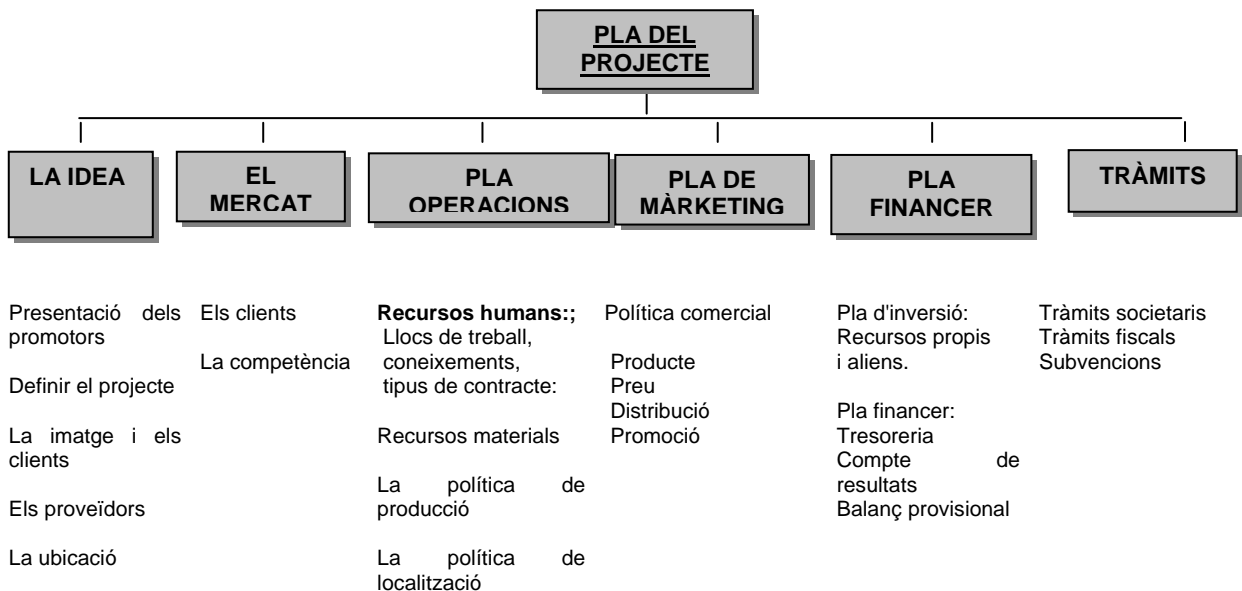
El contingut variarà d'un projecte a un altre, en funció a l'activitat, però sempre, per xicoteta que vaja a ser l'empresa, és aconsellable que el promotor o promotors es detinguen a realitzar-lo, ja que això els ajudarà a definir amb més rigor el projecte, comprovar la seua viabilitat i a posar en comú i detectar aspectes en què inicialment podrien no haver pensat.

A més, un altre objectiu del Pla d'Empresa és que ens servirà com a targeta de presentació a l'hora de donar a conèixer el projecte a terceres persones (possibles inversors, entitats financeres, Administració etc.), un document en què formalment i per escrit explicarem el contingut del projecte empresarial que es pretén desenrotllar i les persones que van a impulsar-lo.

En resum, el pla de viabilitat pretén ser un estudi que ens servisca de referència per a saber si la nostra idea de negoci és econòmicament i comercialment possible o no.

En línies generals els apartats que es desenrotllen en un pla d'empresa o de negoci seran:

- Definició de l'activitat a realitzar
- Estudi de mercat
- Pla operatiu (Recursos humans i tècnics)
- Pla de màrqueting
- Anàlisi rendibilitat financera i econòmica
- Estudi econòmic financer i aspectes legals



www.manises.es



FASE PRÈVIA

ANÀLISI DELS AVANTATGES I INCONVENIENTS DE CREAR UNA EMPRESA

Quin és l'objectiu o els objectius personals que vull aconseguir per mitjà de la posada en marxa d'este projecte?

Avantatges / Inconvenients per a la persona o grup de persones que inicien un pla de negoci.

Avantatges / Inconvenients per a la persona o grup de persones encara que l'empresa no es duga a terme.

Avantatges / Inconvenients per a la persona o grup de persones que sí que aconseguisquen crear l'empresa.

Avantatges/inconvenients per a l'entorn econòmic i social de l'emprenedor/a.

ANÀLISI DE LES CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPREDOR/A

Quines característiques ha de tindre un bon emprenedor/a? Les tinc? Estic disposat a adquirir-les?

Quina experiència professional tinc / tenim en l'àmbit que desenrotllaré? S'adequa a les meues necessitats?

Quina formació en este àmbit o relacionada amb ell tinc / tenim? S'adequa a les necessitats?

Quina experiència o formació tinc / tenim en l'àmbit de gestió? S'adequa a les necessitats?

En cas de falta d'experiència o formació, en quins aspectes creus/creieu necessari formar-se i aprofundir per a facilitar la posada en marxa del projecte, com ho puc / podem solucionar?

LA IDEA: DEFINICIÓ DE L'ACTIVITAT A REALITZAR

He de buscar informació sobre la meua idea? On?

Tinc opinions de familiars, amics o coneguts sobre la meua idea, i de professionals qualificats en l'àmbit? Són positives o negatives?

Quines són les característiques de la idea que em fa pensar que és interessant i rendible?

Què necessite per a decidir-me i com puc posar en pràctica la meua idea?

EL PROMOTOR

Dades del responsable del projecte: Nom, DNI, domicili i telèfon.

EL PROJECTE

Definir la idea de negoci que tenim, no sols en què consistirà concretament la nostra activitat, sinó en què forma la durem a cap. Si per exemple ens anem a dedicar a la venda d'ulleres, descriurem com realitzarem la venda, fent insistència en els serveis que oferirem als nostres clients.

Explicar breument:

- les raons per les quals ens hem decidit per eixa activitat en concret.
- l'experiència i coneixements que tenim sobre, per exemple, el sector o la gestió en general.

Si contractarem personal, caldrà explicar les funcions de cada un de nosaltres dins del comerç.

L'OFERTA

Descriure els productes i serveis que oferim en el nostre comerç, detallant el que els nostres futurs clients creiem que valoraran: la qualitat del servei i l'assessorament, l'atenció exquisida al client, la innovació, el servei post-venda, els preus econòmics o la bona ubicació per exemple. D'esta manera, indiquem també, l'avantatge que oferirem respecte als altres, que faça que els clients vinguen al nostre comerç.





Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

LA IMATGE I ELS CLIENTS

És bo reflexionar sobre la imatge del nostre negoci, què volem transmetre i indicar quin és el nostre públic objectiu, a qui ens dirigim: sexe, edat, nivell econòmic, zona d'influència, etc. Lògicament, el nostre públic objectiu estarà estretament lligat al tipus de producte que oferim.

LA UBICACIÓ

Detallar la ubicació del local de negoci i les característiques per les que l'hem triat, ja que d'una ubicació oportuna dependrà en gran part l'èxit del nostre comerç.

Descriurem l'entorn on obrirem el negoci: quin tipus de comerç existix, si està previst alguna actuació en la zona (construcció de vivendes, carrers de vianants, boca del Metro, etc.)

En el cas d'un comerç dirigit als xiquets, podria ser quelcom així com "el local es troba en una zona transitada, pròxima a un centre d'educació infantil i a una plaça, des d'on es veu fàcilment el comerç i que compta amb una àmplia zona de jocs". Es tracta de ressaltar aquells factors que puguen influir en la rendibilitat del comerç.

COMPRES

Anàlisi de compres. Indicar els qui seran els nostres proveïdors i basant-se en quins criteris els hem triat: la relació qualitat preu que ens ofereixen, les formes de pagament amb què treballen, terminis d'entrega, el servei post-venda, etc.

L'ESTUDI DE MERCAT

- Existixen ja potencials clients? Qui són?
- Quines són les seues característiques?
- He establert contactes amb possibles clients?
- Hi ha altres empreses que realitzen la mateixa activitat?
- Què ofereixen i a quin preu?

Amb esta reflexió es pretén analitzar si hi ha molta o poca competència, per a determinar si hi ha un buit de mercat en eixa activitat, que faça que el nostre comerç pugua ser rendible. Es tracta d'estudiar com s'atenen les necessitats del client hui en dia i com les atendrem nosaltres.

Per a fer una valoració de la demanda, i en funció dels nostres client objectiu (descriu anteriorment), podem utilitzar dades estadístiques. Per exemple:

- Padrons municipals.
- Censos de Població i Vivenda. Podríem traure per exemple informació sobre la distribució de població per sexe, per districtes o barris, nivell d'estudis per districtes, etc. Sempre en funció de la informació que necessitem.
- Censos de Població de l'Institut Nacional d'Estadística (INE) que es publiquen cada 10 anys, i ens donen l'evolució del nombre d'habitants, estructura d'edats, sexe, nivell d'estudis, etc.
- Si volem conèixer la despesa *per capita* o inclús les preferències d'una població en concret, podem consultar les Enquestes de Pressuposts Familiars o Enquesta Contínua de Pressuposts Familiars de l'INE que publica cada 10 anys en el cas de la primera i anualment en el segon cas.
- Estudis de la Cambra de Comerç.

En funció d'estes dades, la demanda potencial o que podem esperar es podia calcular de la manera següent:

$$\begin{array}{l} \text{NÚM. habitants,} \\ \text{de l'àrea d'influència} \\ \text{del nostre comerç.} \\ \text{(Censos demogràfics)} \end{array} \quad \times \quad \begin{array}{l} \% \text{ d'usuaris} \\ \text{d'esta activitat} \end{array} = \text{Potencials clients}$$





centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

CONEIXEMENT DE LA COMPETÈNCIA

Comentarem els que venen productes semblants o iguals als nostres, preus amb què funcionen, serveis que ofereixen, promocions que utilitzen per a atraure clients, on estan situats i com ens diferenciem d'ells.

Pot ser molt interessant intentar identificar, com ho farem en el nostre propi comerç més endavant, els punts forts i dèbils de la nostra competència.

En funció del comerç de què es tracte, caldrà tindre en compte l'existència de grans superfícies en la zona o altres formats que ens puguen afectar.

Com a font d'informació que ens servisca de suport, podem utilitzar:

- Els censos d'establiments de què disposen alguns ajuntaments, on apareixen el nombre d'establiments per branca d'activitat.
- Cambres de Comerç. Disposen de gran quantitat d'informació, encara que segurament la més interessant, cal pagar-la.
- Una altra possibilitat és consultar les pàgines grogues o visitar la zona un mateix.

EL PLA OPERATIU

Quines fases componen el procés productiu de la meua empresa?

On ubicaré l'empresa? Per què?

Com ha de ser el local que necessite per a desenrotllar l'activitat empresarial? Superfície, cost i forma de pagament.

Necessitaré fer-hi reformes per a adequar-hi la instal·lació? Descripció i cost.

Quins mobiliaris necessite adquirir? Descripció, quantitat, cost i forma de pagament.

Quina matèria primera i subministraments necessitaré per a obtenir el producte / servei final? Descripció, quantitat i cost.

Hauré de disposar d'un estoc? Quina maquinària i ferramentes necessitaré per a la fabricació? Descripció, quantitat i cost.

Necessitaré mitjans de transport? Quins? Descripció, quantitat i cost.

Quins subministraments necessitaré contractar? Amb quin cost?

Quins poden ser els meus proveïdors més habituals?

Quines condicions de pagament a proveïdors

Com organitzaré l'empresa?

Com distribuiré els diferents treballs i responsabilitats?

Quin nombre de persones són necessàries i amb quina qualificació professional?

Quin tipus de contractes utilitzaré? Conec les mesures de suport a la contractació?

Quin serà el cost del personal?

Quines mesures de seguretat i higiene he d'establir?

Contractaré alguna assegurança contra robatori, incendi...?

Contractaré algun tipus de mesura de seguretat?

A) La producció

En este apartat del Pla d'Empresa es determinaran els mitjans tècnics amb què l'empresa haurà de comptar per a exercir la seua activitat, que tindrà especial importància en les empreses industrials. No obstant això, en les empreses comercials i de serveis també serà necessari establir les necessitats pel que fa als locals, mobiliari i instal·lacions.

Determinació del procés de fabricació.

Selecció d'instal·lacions i equips necessaris.

Possibles empreses subcontractistes.

Aprovisionament: matèries primeres, proveïdors, subministraments bàsics, etc.

Gestió d'estocs: Matèries primeres, productes intermedis, productes acabats, etc.

Control de qualitat, prevenció de riscos laborals etc.



www.manises.es



MANSIS
centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

B) La localització

L'empresa necessitarà uns terrenys, locals o instal·lacions per a exercir la seua activitat, per la qual cosa els promotors hauran de procedir a l'elecció del lloc d'ubicació de la mateixa. Esta elecció variarà depenent del tipus de negoci. Ex: si és un comerç detallista buscarem un local cèntric, si fóra una fàbrica de conserves vegetals serà importar-se localitzar-se en zona agrícola etc.

Alguns criteris a tindre en compte a l'hora de seleccionar el lloc d'emplaçament serien:

Proximitat del mercat (centres comercials, zones de vianants, aflluència, ubicació de competència etc.), facilitat per a disposar de matèries primeres (ens evitarà haver de disposar de grans estocs), infraestructura i comunicacions (fàcil accés, bones connexions, pàrquing, enllumenat, etc.), existència de mà d'obra qualificada, legislació urbanística (qualificació d'usos i sòls), ajudes a determinades zones, preu (cost lloguer, condicionament etc.).

EL PLA DE MÀRQUETING

Quin és el producte o servei que vull oferir?

Quin nom posaré a l'empresa, producte / servei?

Quina imatge vull donar de la meua empresa?

Quina qualitat especial o novetat comporta el meu producte / servei respecte a altres existents?

Quin sistema utilitzaré per a controlar la qualitat del producte?

Desitge ampliar la gamma de productes / serveis en un futur ? De quin tipus i quan?

Com calcularé el preu de venda dels meus diferents productes / serveis?

Com vendré: a terminis, al comptat...?

Quins canals de distribució dels meus productes / serveis utilitzaré? Com seran i quant costaran?

Com proporcionaré els meus productes o serveis? Quant em costarà?

Política comercial

Definida l'activitat de l'empresa i el mercat a què esta es dirigirà, cal establir les estratègies a desenrotllar per a introduir els productes o el servei objecte de l'activitat, i assolir els objectius de venda prevists. Es tracta doncs d'establir la política comercial a dur a terme i els seus elements integrants.

La política comercial de l'empresa haurà d'articular-se entorn de quatre factors fonamentals:

a) Producte

Convé definir les característiques o atributs concrets del producte o servei que l'empresa oferirà, procurant ressaltar-ne aquells que puguen tindre una major incidència en el mercat. Vèncer a la competència per mitjà de la diferenciació ha de ser una meta a aconseguir; diferenciació que podrà aconseguir-se a través del preu, disseny, qualitat, presentació o servei ofert etc., factors que poden incidir positivament en la imatge del producte i en el seu consum.

Tot producte o servei té un cicle de vida, més o menys llarg, en el qual hi ha diverses fases que tenen una incidència molt important en les vendes i en el benefici.

Estes fases són:

- **Introducció:** Presentació del producte en el mercat. Tant per a un nou producte com servei sempre hi ha esta fase d'introducció. Sol ser i ha de ser curta i es caracteritza per un volum baix de vendes i amb un benefici del negoci negatiu, ja que ha sigut necessari realitzar uns desembossaments importants i els beneficis d'unes vendes baixes no permeten compensar encara les despeses i inversions.



www.manises.es



centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

- Creixement: Una vegada presentat el producte o negoci en el mercat, es produïx la seua fase de creixement. El públic coneix el negoci i comença a usar-ho, el producte es comença a comercialitzar i les comandes dels venedors, per a abastir els magatzems, donen lloc a un important creixement de les vendes. Al llarg d'esta fase, més cap al final de la mateixa que al principi, poden o han d'aparéixer els primers beneficis.
- Maduresa: El producte o negoci ja està estabilitzat, es produïx el que es consumix, la clientela és estable, les vendes són estables, i els beneficis comencen a créixer. Esta fase és, o ha de ser, la de major duració; com més llarga siga, majors seran els beneficis.
- Declivi: El negoci o producte s'hasaturat. La clientela abandona el producte per uns altres de nous, o abandona el negoci per uns altres de nous. Esta fase és la més perillosa, ja que la corba de la decadència pot ser molt ràpida, i si no es detecten els seus començaments, potser quan es perceben els seus efectes siga tard per a protegir-se d'ells.

És molt important identificar la fase del cycle de negoci en què es troba el producte o servei, així com analitzar el cycle de vida del dit producte o servei.

b) Preu

La fixació del preu també ocupa un paper important dins de la política comercial de l'empresa. En alguns casos, oferir millors preus que la competència pot ser un factor fonamental per a vendre. En altres en canvi, uns preus massa baixos poden donar una imatge de falta de qualitat en el producte, amb els perjuís que això comporta.

A l'hora d'establir els preus de venda caldrà tindre en compte, d'una banda els costos empresarials del producte o servei i per una altra el preu de venda de productes o serveis semblants, sense oblidar, per descomptat, el factor sociològic que el preu pot tindre en el consum.

c) Distribució

Una vegada definit el producte i fixat el preu de venda, hem de veure si es comercialitza directament o si s'han d'utilitzar els serveis d'altres empreses; analitzar el cost i el rendiment de cada un d'ells i triar el que millor s'adapte als objectius comercials plantejats. A l'hora d'efectuar l'anàlisi dels diferents canals cal tindre en compte els aspectes següents: Cost, Seguretat, Cobertura de mercat, Atenció que pot prestar al producte, Eficàcia,...

d) Comunicació

A l'hora d'establir la política comercial de l'empresa caldrà tindre present la realització de tota una sèrie d'accions que la donen a conèixer en el mercat. La publicitat, edició de catàlegs o fullets, accions de promoció de vendes, descomptes, etc., són alguns dels mecanismes que poden utilitzar-se i que, igual que els canals de distribució, hauran de ser objecte del corresponent estudi a fi de valorar el seu cost i la seua eficàcia. A més, interessa definir una imatge de l'empresa, i ressaltar-hi aquells aspectes que puguen ser més atractius.

EL PLA ECONOMICOFINANCER

De quins recursos econòmics dispose?

Necessite algun tipus de préstec? De quina quantia? En quines condicions?

Amb quines garanties i/o avals puc comptar?

Tinc dret a subvencions i/o ajudes econòmiques de l'Administració Pública? Tipus, quantia.

Fabricaré tot el producte o encarregaré una part a terceres persones? (Subcontractació)

Quina quantitat de producte /servei necessite per a produir en un mes? Quand preveig aconseguir-lo?

He de generar un estoc de productes?

Quin volum de vendes preveig realitzar al mes? I quan ho aconseguiré?

En este apartat reflectirem la inversió necessària per a posar en marxa el negoci i les despeses fixes que genera el comerç d'una banda: són despeses a què haurem de fer front.

I d'una altra, haurem d'indicar les vendes que esperem tindre en els pròxims mesos i amb quin marge treballarem.

D'esta manera, podem fer una estimació dels beneficis amb què comptarem.

Àrea d'Empreses del Centre de Promoció - CDTE (Centre Desenvolupament Tecnològic Empresarial)

C/ València, 22 46940 Manises +34 961524632 Fax: +34 961524592 cdte@emanises.es



www.manises.es



MANSIS
centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

PLA D'INVERSIÓ

En este apartat es determinarà el volum de recursos econòmics necessaris perquè el projecte puga posar-se en marxa i perquè l'empresa puga desenrotllar la seua activitat, tenint en compte les instal·lacions i equips que necessite, els consums de matèries primeres i subministraments bàsics necessaris per a aconseguir les vendes previstes, els costos de personal, els impostos, etc.

Part de les inversions necessàries aniran destinades a finançar l'adquisició dels *actius permanents* de l'empresa, considerant com a tals aquells que participaran en més d'un exercici econòmic i la resta correspondran a actius que seran consumits en l'exercici i estan directament relacionats amb el funcionament corrent de l'empresa, constituint el que es coneix com a *actiu circulant*.

Fins ací

Per a finançar les inversions necessàries, els promotors comptaran, en primer lloc, amb el seu *propi capital* que, generalment, s'invertirà en l'adquisició dels actius permanents, i atés que els recursos propis només solen cobrir una part de les necessitats, serà necessari recórrer al finançament *aliena*, amb la que es completaran les inversions en actius fixos i es finançaran les corresponents a l'actiu circulant.

Els recursos aliens que l'empresa necessitarà poden classificar-se en funció del termini en què cal efectuar la seua devolució, podent parlar-se en línies generals de recursos a curt termini, el període de reembossament de la qual no és superior a un any; a mitjà termini, quan oscil·la entre un i tres anys; i llarg quan el període de devolució és superior als tres anys.

Cal distingir dos tipus de recursos aliens:

- Els que sorgiran com a conseqüència de les operacions corrents de l'empresa: són recursos a curt termini que sorgixen de manera espontània a través de l'activitat de l'empresa, no donant lloc, en molts casos, a una entrada de fons sinó a un ajornament dels pagaments. Així el crèdit que concedixen els proveïdors constituïx una font de finançament que en determinats negocis juga un important paper.

- Els que procediran d'operacions concretes de crèdit: coneguts com a crèdits de finançament, són recursos a mitjà i llarg termini que s'obtenen a través d'operacions de crèdit que han de documentar-se convenientment i que, de vegades, exigixen complexes negociacions.

A l'hora de valorar les diferents fonts de finançament i efectuar l'elecció, convé tindre en compte els principals factors que influiran en l'operació de crèdit: quantitat màxima a finançar, termini d'amortització, existència de període de carència, tipus d'interés, garanties exigides i el període de tramitació.

I entre les fonts de finançament a què l'empresa pot recórrer es troben: la Banca privada i Caixes d'Estalvi, la Banca oficial, les Cooperatives de crèdit, les Societats de lísing i les Societats de facturatge. Així mateix, caldrà tindre en compte els serveis de les Societats de Garantia Recíproca, que si bé no són una font de finançament, sí que intervenen a l'hora de facilitar les operacions de risc.

PLA FINANCER

A més de conèixer les necessitats financeres i la forma de fer-les front, s'haurà d'analitzar quin és el resultat econòmic que es va a obtindre, l'estructura econòmica que tindrà l'empresa i, en definitiva, la rendibilitat prevista del projecte.

Per a això l'estudi conté els tres estats financers següents:

1. Compte de previsió de tresoreria

El compte de previsió de tresoreria, o pressupost de tresoreria, és un estat financer en què es van a arregar, de forma detallada, les entrades i eixides de fons líquids de l'empresa durant un determinat període de temps.



www.manises.es



centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es



www.manises.es

El compte de previsió de tresoreria sol realitzar-se per al període que comprén l'exercici econòmic de l'empresa (un any generalment) i es descompon en mesos, quinzenes o setmanes, segons la freqüència dels cobraments i pagaments a realitzar.

2. *Compte de resultats provisional*

Reflectix una hipotètica situació comptable al final d'un període determinat (per regla general, un any). Cal destacar que en ella no figuren les inversions i sí els despeses. (pèrdues i guanys) Açò és així perquè la inversió és el que fa falta per a posar en marxa l'empresa, mentre que una vegada esta es troba en funcionament, els despeses i els ingressos es troben directament relacionats amb la seua activitat.

3. *Balanç de situació*

El Balanç de Situació determina tant el que el negoci té (actiu), com els recursos amb què ha finançat estos actius (passiu).

Així mateix, este document permet a l'emprenedor valorar la situació del negoci. Així, a partir del balanç, per mitjà del sistema de ràtios, es pot analitzar la solvència de l'empresa o el seu nivell d'endeutament.

El balanç ens permet determinar els drets i obligacions de l'empresa, el valor de la mateixa, els mitjans financers disponibles per a fer front als deutes, el valor de les inversions realitzades, les fonts de finançament de les dites inversions, l'equilibri o desequilibri existent entre el finançament propi i la finançament aliena i el nivell de salut financera de l'empresa.

RECURSOS HUMANS

Generalment, l'equip humà amb què compte l'empresa constituïx un dels seus principals actius. Disposar de personal capacitat i adaptat als diferents llocs de l'empresa serà fonamental per a la marxa de la mateixa. Per això, l'elecció de les persones necessàries ha de ser objecte d'una especial atenció. Ens haurem de plantejar quantes persones necessitarem, amb quina qualificació, quina responsabilitat tindran, quin horari, com serà l'organigrama de l'empresa etc.

Serà precís analitzar l'oferta de mà d'obra, veure on trobar possibles candidats i establir els mecanismes de selecció adequats, que podran realitzar-se per la pròpia empresa o recorrent a empreses especialitzades. En este terreny, les oficines d'ocupació i les empreses de busca i selecció de personal poden ser de gran utilitat.

Finalment, s'haurà de definir el tipus de contracte a establir en cada cas (amb les possibles bonificacions per contractació indefinida) i el compliment de les obligacions laborals que això comporta.

IMPOSTS

En este apartat es determinen les quotes a pagar per l'Impost d'Activitats Econòmiques, així com les retencions de IRPF.

GESTIÓ D'ESTOCS

En el moment d'inici de l'activitat, és probable que el negoci haja de fer front a una inversió inicial en existències o estocs.

Durant la vida del negoci, s'haurà de controlar el nivell d'existències, per mitjà de la realització dels corresponents inventaris.

PLA D'AMORTITZACIÓ

El pla d'Amortització presenta un desglossament de les dotacions a amortitzacions a realitzar en cada exercici. Les amortitzacions són el reflex comptable de la depreciació de l'immobilització, és a dir, representen el desgast dels béns materials o immaterials que l'empresa ha adquirit per a realitzar l'activitat.

En cas de no realitzar esta pràctica, l'empresa s'estaria descapitalitzant, és a dir, l'immobilitzat podria perdre valor amb el pas del temps, i l'empresa no disposaria de fons per a reemplaçar-ho.



DESPESES VARIABLES

En este apartat s'analitzen les despeses que mensualment origina el negoci, com ara llum, aigua, telèfon, lloguers, assegurances, etc.

Així, s'estimen estes desèses per als tres primers exercicis, suposant un cert creixement dels mateixos en este període (IPC).

Així mateix, es determina una quantia a utilitzar en la promoció del negoci –Despeses en publicitat i promoció.

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es



www.manises.es

ANNEX

INVERSIÓ

Assenya la quantia de les inversions que preveu realitzar en cada un dels següents elements en el moment inicial i durant els tres primers anys d'activitat de la seua empresa.

INVERSIÓ INMOV. MATERIAL	INICIAL	ANY 1	ANY 2	ANY 3
	Euros	Euros	Euros	Euros
Terrenys i béns naturals	€	€	€	€
Edificis administratius i comercials	€	€	€	€
Naus industrials i magatzems	€	€	€	€
Instal·lacions tècniques	€	€	€	€
Maquinària	€	€	€	€
Utilitatge	€	€	€	€
Mobiliari	€	€	€	€
Equips informació	€	€	€	€
Elements de transport	€	€	€	€
Un altre immobilitzat material	€	€	€	€

INVERSIÓ INMOV. IMMATERIAL	INICIAL	ANY 1	ANY 2	ANY 3
	Euros	Euros	Euros	Euros
Despeses I+D	€	€	€	€
Fons de comerç ¹	€	€	€	€
Dret de traspas ²	€	€	€	€
Aplicacions informàtiques	€	€	€	€
Un altre immobilitzat immaterial				

(1) Quantitat que es paga per un negoci més enllà del valor net dels seus actius i que valora l'avantatge intangible d'obtenir beneficis a través de l'adquisició d'una firma ja establida, i representa per tant una mesura de la capacitat d'esta d'obtenir guanys superiors a què donaria un ús alternatiu del capital. Posant un exemple és una quantitat que es paga per un negoci que ja estava muntat, la qual valora els clients que tenia el negoci, que els treballadors ja estan formats, etc.

(2) Imports pagats per drets de lloguer dels locals.

INVERSIÓ INMOV. FINANCER	INICIAL	ANY 1	ANY 2	ANY 3
	Euros	Euros	Euros	Euros
Fianzas ¹	€	€	€	€
Altres inversions financeres llarg termini ²	€	€	€	€

(1) Efectiu alliberat a depòsit o en garantia de compliment d'alguna obligació.

(2) altres inversions financeres a llarg termini: inclou la quantia de les inversions en depòsits bancaris, comptes d'estalvi, fons d'inversió, adquisició de títols de deute públic, adquisició d'accions d'altres empreses, etc.

DESPESES DE CONSTITUCIÓ	Euros	DESPESES PRIMER ESTABLECIMIENTO ¹	Euros
Honoraris de notaris	€	Estudis de viabilitat	€
Despeses de Registre	€	Despeses tècnics	€
Col·locació de títols	€	Formació del personal	€
Tributs	€	Publicitat	€
Altres despeses de constitució	€	Altres despeses establiment	€
TOTAL DESPESES CONSTITUCIÓ	€	TOTAL DESPESES PRIMER ESTABLEC.	€

(1) Tenen la consideració de despeses de primer establiment tots els despeses previs a la posada en marxa de l'empresa i normalment es referixen a estudis de viabilitat tècnica, legal o econòmica, despeses de formació del personal, publicitat, viatges etc.

INVERSIÓ INICIAL EN CIRCULANT	INICIAL
	Euros
Tresoreria inicial ¹	€

(1) Recorde que la tresoreria inicial (diners) ha de ser suficient per a cobrir els despeses de l'activitat fins que esta comence a generar liquiditat a través del cobrament de les vendes o prestacions de serveis. Inclou sempre un cert marge de seguretat per si no s'aconseguixen els objectius plantejats.



Recorde que el total de recursos financers ha de ser igual al total d'inversions, així, en el moment inicial el total del finançament han de ser igual a la suma dels elements d'immobilitzat i la tresoreria.

Si el capital social és menor que el total de la inversió haurà de finançar part de la mateixa a través d'operacions d'endeutament (préstecs, lísing,...).

RECURSOS FINANCERS

CAPITAL SOCIAL ¹	Inici	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Capital social subscrit i aportat	€	€	€	€
Capital social subscrit pendent d'aportar	€	€	€	€
DEUTES				
Préstecs bancaris	€	€	€	€
Leasing ²	€	€	€	€

(1) Capital aportat pels socis o promotors.

(2) És un contracte d'arrendament (lloguer) d'un bé "moble o immoble" amb la particularitat que es pot optar per la seua compra.

DETALL DE LES OPERACIONS DE PRÉSTEC I LÍGING

Si té diverses operacions d'endeutament amb característiques distintes, indique-les.

PRÉSTEC	PRÉSTEC 1	PRÉSTEC 2	PRÉSTEC 3
Import de l'operació de préstec	€	€	€
Comissió d'obertura:	%	%	%
Tipus interès anual:	%	%	%
Termini devolució (anys):	Anys	Anys	Anys
Anys de carencia ¹ :			
Any en què es firma préstec (Inici, Any 1, Any 2, Any 3)			

(1) En alguns prestecs hi ha la possibilitat d'un període de carència en el qual es paguen només els interessos, per a començar a pagar el préstec transcorregut este període.

LÍGING	LÍGING 1	LÍGING 2
Import de l'operació de lísing	€	€
Comissió d'obertura:	%	%
Tipus interès anual:	%	%
Termini devolució (anys):	Anys	Anys
Exercirà l'opció de compra (indique SI o NO)		
Any en què es firma l'operació de lísing		





PREVISIÓ D'INGRESSOS

Si la seua empresa es dedica únicament a la venda de productes, p. Ex. Un comerç, òmpliga només les cel·les que fan referència a les línies de productes. Si els seus ingressos procedixen de la prestació de serveis, p. Ex. Una perruqueria, òmpliga les línies que fan referència a les línies de serveis. Si la seua empresa realitza de forma conjunta les dos activitats, p. Ex., una botiga d'informàtica que, a més de vendre equips i programes, també s'encarrega del manteniment dels mateixos, haurà d'omplir ambdós línies.

A.1.) UNITATS DE PRODUCTES QUE VEU VENDRE I SERVEIS QUE VEU PRESTAR EN ELS PRÒXIMS TRES ANYS

Unitats de productes que preveu vendre	ANY 1
	Unitats
Línia producte 1	
Línia producte 2	
Línia producte 3	
Línia producte 4	
Línia servici 1	
Línia servici 2	
Línia servici 3	
Línia servici 4	

Increment en el nombre de productes que preveu vendre respecte any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment sobre Any 1	% d'augment sobre Any 2
Línia producte 1	%	%
Línia producte 2	%	%
Línia producte 3	%	%
Línia producte 4	%	%
Línia servici 1	%	%
Línia servici 2	%	%
Línia servici 3	%	%
Línia servici 4	%	%

(1) Si s'han estimat els productes dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren la quantitat estimada per a eixe any i es dividix per la quantitat de l'any anterior.

A.2.) PREU DE VENDA DEL PRODUCTE

Preu de venda dels productes que preveu vendre	ANY 1
	Euros
Línia producte 1	€
Línia producte 2	€
Línia producte 3	€
Línia producte 4	€
Línia servici 1	€
Línia servici 2	€
Línia servici 3	€
Línia servici 4	€

% d'increment en el preu dels productes que preveu vendre respecte a l'any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment s/ Any 1	% d'augment s/ Any 2
Línia producte 1	%	%
Línia producte 2	%	%
Línia producte 3	%	%
Línia producte 4	%	%
Línia servici 1	%	%
Línia servici 2	%	%
Línia servici 3	%	%
Línia servici 4	%	%

(1) Si s'han estimat els preus dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren el preu estimat per a eixe any i es dividix pel preu de l'any anterior.

B.) POLÍTICA DE COBRAMENT A CLIENTS

FORMA DE COBRAMENT A CLIENTS

AJORNAMENT DEL COBRE1	ANY 1	ANY 2	ANY 3
% de vendes cobrades al comptat	%	%	%
% de vendes amb pagament ajornat	%	%	%
TOTAL	100%	100%	100%

TERMINI (en dies)	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Dies de termini per a cobrament a clients			

(1) En este espai s'ha d'introduir la forma de cobrament a clients en percentatges, la qual cosa es cobra al comptat i a terminis.





C.) ALTRES INGRESSOS QUE PREVEU OBTINDRE EN ELS PRÒXIMS TRES ANYS

ALTRES INGRESSOS	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Subvencions d'explotación ¹	€	€	€
Altres ingressos d'explotación ²	€	€	€
Ingressos d'inversions financeras ³	€	€	€

(1) Són quantitats concedides per les Administracions Públiques, empreses o particulars a fi de compensar a l'empresa per la venda de productes o la prestació de serveis en condicions socials, és a dir, a preus inferiors als habituals en el mercat. Per exemple, una guarderia que oferta places gratuïtes a les famílies amb menor renda del municipi i rep una subvenció de l'Ajuntament.

(2) S'inclouen en esta partida la resta d'ingressos regulars que obté l'empresa i que no procedisquen de la seua activitat principal, és a dir, de la venda de productes o de la prestació dels serveis. Per exemple, la renda del lloguer d'un local, ingressos per comissions, etc.

(3) Fa referència a les quantitats percebudes en concepte d'interessos per inversions en depòsits bancaris, deute públic, o bé, a guanys (o pèrdues) obtingudes en operacions de compravenda d'accions, fons d'inversió,...

Si la seua empresa es dedica a una activitat comercial o a la prestació de serveis i utilitza els productes adquirits dels proveïdors sense realitzar cap transformació en els mateixos.

COMPRES DE MERCADERIES (Activitats comercials i serveis que no incloguen transformació)

Si la seua empresa es dedica a una activitat comercial o a la prestació de serveis i utilitza els productes adquirits dels proveïdors sense realitzar cap transformació en els mateixos, per favor, òmpliga els següents quadros.

A.) COMPRES D'UNITATS DE PRODUCTES PER ALS PRÒXIMS TRES ANYS

Unitats de productes que preveu adquirir	ANY 1
	Unitats
Línia producte 1	
Línia producte 2	
Línia producte 3	
Línia producte 4	
Envasos	
Diversos	

Increment en el nombre de productes que preveu adquirir respecte any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment sobre Any 1	% d'augment sobre Any 2
Línia producte 1	%	%
Línia producte 2	%	%
Línia producte 3	%	%
Línia producte 4	%	%
Envasos	%	%
Diversos	%	%

(1) Si s'han estimat els productes dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren la quantitat estimada per a eixe any i es dividix per la quantitat de l'any anterior.

B.) PREUS DE COMPRA DELS PRODUCTES QUE PREVEU ADQUIRIR

Preu de compra dels productes que preveu adquirir	ANY 1
	Unitats
Línia producte 1	€
Línia producte 2	€
Línia producte 3	€
Línia producte 4	€
Envasos	€
Diversos	€

% d'increment en el preu dels productes adquirits respecte a l'any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment s/ Any 1	% d'augment s/ Any 2
Línia producte 1	%	%
Línia producte 2	%	%
Línia producte 3	%	%
Línia producte 4	%	%
Envasos	%	%
Diversos	%	%

(1) Si s'han estimat els preus dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren el preu estimat per a eixe any i es dividix pel preu de l'any anterior





Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfn: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

C.) POLÍTICA DE PAGAMENT A PROVEÏDORS

FORMA DE PAGAMENT A PROVEEDORES¹

AJORNAMENT DEL PAGAMENT	ANY 1	ANY 2	ANY 3
% de compres pagades al comptat	%	%	%
% de compres amb pagament ajornat	%	%	%
TOTAL	100%	100%	100%

TERMINI (en dies)	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Dies de termini per a pagament a proveïdors	Dies	Dies	Dies

(1) En este espai s'ha d'introduir la forma de pagament a proveïdors en percentatges, la qual cosa es cobra al comptat i el que es cobra terminis.

Si la seua empresa realitza una activitat industrial o presta serveis que incloguen transformació dels productes adquirits als proveïdors (exemple, un restaurant).

COMPRES DE MATÈRIES PRIMERES (Activitats industrials i serveis que incloguen transformació)

Si la seua empresa realitza una activitat que incloga transformació dels productes adquirits als proveïdors (per exemple, un restaurant), per favor, òmpliga els quadros d'esta pàgina i la següent. Sinó, òmpliga els quadros de la pàgina anterior.

A.) COMPRES D'UNITATS DE MATÈRIES PRIMERES PER ALS PRÒXIMS TRES ANYS

Unitats de matèries primeres que preveu adquirir	ANY 1
	Unitats
Matèria primera 1	
Matèria primera 2	
Matèria primera 3	
Matèria primera 4	
Matèria primera 5	
Matèria primera 6	
Envasos	
Diversos	

Increment en el nombre de matèries primeres que preveu adquirir respecte any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment sobre Any 1	% d'augment sobre Any 2
Matèria primera 1	%	%
Matèria primera 2	%	%
Matèria primera 3	%	%
Matèria primera 4	%	%
Matèria primera 5	%	%
Matèria primera 6	%	%
Envasos	%	%
Diversos	%	%

(1) Si s'han estimat els productes dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren la quantitat estimada per a eixe any i es dividix per la quantitat de l'any anterior.

B.) PREUS DE COMPRA DE LES MATÈRIES PRIMERES QUE PREVEU ADQUIRIR

Preu de compra de les matèries primeres que preveu adquirir	ANY 1
	Euros
Matèria primera 1	€
Matèria primera 2	€
Matèria primera 3	€
Matèria primera 4	€
Envasos	€
Diversos	€

% d'increment en el preu de les matèries primeres respecte a l'any anterior ¹	ANY 2	ANY 3
	% d'augment s/ Any 1	% d'augment s/ Any 2
Matèria primera 1	%	%
Matèria primera 2	%	%
Matèria primera 3	%	%
Matèria primera 4	%	%
Envasos	%	%
Diversos	%	%

(1) Si s'han estimat els preus dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren el preu estimat per a eixe any i es dividix pel preu de l'any anterior.





MANSIS
centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

C.) POLÍTICA DE PAGAMENT A PROVEÏDORS

FORMA DE PAGAMENT A PROVEEDORES¹

AJORNAMENT DEL PAGAMENT	ANY 1	ANY 2	ANY 3
% de Compres pagades al comptat	%	%	%
% de Compres amb pagament ajornat	%	%	%
TOTAL	100%	100%	100%
TERMINI (en dies)	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Dies de termini per a pagament a proveïdors	Dies	Dies	Dies

(1) S'ha d'introduir la forma de pagament a proveïdors en percentatges, la qual cosa es cobra al comptat i el que es cobra terminis.

PLA DE PRODUCCIÓ (Activitats industrials i serveis que incloguen transformació)

Si la seua empresa realitza una activitat industrial o presta serveis que incloguen transformació dels productes adquirits als proveïdors (exemple, un restaurant), per favor, òmpliga els següents quadros que indiquen el consum mitjà de matèries primeres per producte fabricat (a més de la pàgina anterior).

CONSUM DE MATÈRIES PRIMERES PER UNITAT DE PRODUCTE

Matèria primera per unitat de producte	Producte 1	Producte 2	Producte 3	Producte 4	Producte 5	Producte 6
Matèria primera 1						
Matèria primera 2						
Matèria primera 3						
Matèria primera 4						
Matèria primera 5						
Matèria primera 6						
Envasos						
Diversos						

UNITATS DE PRODUCTES QUE PREVEU PRODUIR O FABRICAR

Exist. Final prod. Acabats	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Línia de producte 1			
Línia de producte 2			
Línia de producte 3			
Línia de producte 4			
Línia de producte 5			

EXISTÈNCIES FINALS DE PRODUCTES EN CURS DE FABRICACIÓ AL TANCAMENT DE L'EXERCICI

Exist. Finals productes en curs	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Línia de producte 1			
Línia de producte 2			
Línia de producte 3			
Línia de producte 4			
Línia de producte 5			

No s'oblidi que és tècnicament impossible vendre més productes de què ha produït.





MANSIS
centre de promoció
i desenvolupament
municipal

Edifici "Obradors" C/ València, 22 46940 Manises Tfno: 96 152 46 32 – Fax: 96 152 45 92 ; e-mail: promocio@manises.es

PREVISIÓ DE DESPESES

DESPESES GENERALS	TOTAL ANUAL EUROS		% d'increment de despeses sobre any anterior	
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Cosines d'assegurança	€	%	%	%
Despeses d'investigació i desenrotllament de l'exercici	€	%	%	%
Arrendaments i cànons	€	%	%	%
Reparacions i conservació	€	%	%	%
Serveis de professionals independents ²	€	%	%	%
Transports	€	%	%	%
Serveis bancaris i semblants	€	%	%	%
Publicitat, propaganda i relacions públiques	€	%	%	%
Subministraments (Aigua, electricitat, telèfons, fem, etc.)	€	%	%	%
Imposts (IBI ³ , etc.)	€	%	%	%
Diversos	€	%	%	%

(1) Si s'han estimat els despeses dels anys 2 i 3 en quantitats, per a passar-ho a percentatges es pren el gasto estimat per a eixe any i es dividix pel gasto de l'any anterior

(2) En esta fila es col·locaran tant els sous a treballadors autònoms de l'empresa com altres serveis, per exemple l'assessoria.

(3) IBI: Impost sobre Béns Immobles, que recapta l'ajuntament, a partir de la valoració duta a terme pel Cadastre es calcula la quota de l'impost per mitjà de l'aplicació d'un tipus de gravamen (percentatge). Este tipus de gravamen ha de ser aprovat per l'Ajuntament dins dels límits que marca la Llei.

DESPESES DE PERSONAL							
MÀ D'OBRA				PERSONAL D'ADMINISTRACIÓ			
	Salari brut mensual	% Retenció IRPF	Any contractació		Salari brut mensual	% Retenció IRPF	Any contractació
Empleat 1	€	%		Gerent	€	%	
Empleat 2	€	%		Administració	€	%	
Empleat 3	€	%		Empleat 3	€	%	
Empleat 4	€	%		Empleat 4	€	%	
Empleat 5	€	%		Empleat 5	€	%	
Empleat 6	€	%		Empleat 6	€	%	
Empleat 7	€	%		Empleat 7	€	%	
Empleat 8	€	%		Empleat 8	€	%	
Empleat 9	€	%		Empleat 9	€	%	
Empleat 10	€	%		Empleat 10	€	%	
Empleat 11	€	%					
Empleat 12	€	%		Increment de Salaris en anys següents			
Empleat 13	€	%					
Empleat 14	€	%					
Empleat 15	€	%		Mà d'obra		%	%
				Personal d'administració		%	%

SEGURETAT SOCIAL AUTÒNOMS

Assenyalar amb una X si s'acull:	EDAT	ANY 1		ANY 2		ANY 3	
		Incapacitat laboral	Accidents laborals	Incapacitat laboral	Accidents laborals	Incapacitat laboral	Accidents laborals

(1) El sou dels treballadors autònoms s'han de posar en la taula de "Despeses Generares" de la pàgina 11 en la fila de "Serveis de professionals independents".



www.manises.es