



UNIVERSIDAD DE JAÉN

Anexo II Plan Empresa

PLAN DE EMPRESA. ÍNDICE.

1. Ficha identificación proyecto
2. Análisis del grupo promotor.
  - 2.1 Antecedentes de los promotores
  - 2.2 Datos de los promotores
  - 2.3 Participaciones sociales
  - 2.4 Pertenencia a grupos desfavorecidos
3. El producto o servicio.
  - 3.1 La idea
  - 3.2 Novedades de la idea y su contribución a los ODS de la ONU
  - 3.3 Presentación / calidad.
4. Tecnología. Innovación en producto, procesos, modelo organizativo o de comercialización
5. El mercado. Los clientes y la competencia.
  - 5.1 El mercado
  - 5.2 Identificación de la competencia
  - 5.3 Identificación de los clientes
6. Plan comercial.
  - 6.1 Precios
  - 6.2 Distribución
  - 6.3 Promoción / comunicación
7. Stock y almacén
  - 7.1 Suministros
  - 7.2 Formas y plazos de pagos y cobros.
8. Establecimiento, localización e instalaciones
9. Plan de producción y organización del servicio.
  - 9.1 Producción
  - 9.2 Organización del servicio.
10. Estudio económico-financiero.
  - 10.1 Cálculo de la inversión inicial
  - 10.2 Plan de financiación
  - 10.3 Balance de situación previsional a tres años
  - 10.4 Cuenta de resultados previsional a tres años



UNIVERSIDAD DE JAÉN

Anexo II Plan Empresa

- 10.5 Plan de tesorería a tres años
11. Cálculo del punto muerto.
12. Otras. Seguros, permisos y prevención de riesgos laborales.
13. Factores clave.

## PLAN DE EMPRESA

### 1. ANÁLISIS DEL GRUPO PROMOTOR

#### 1.1. Antecedentes de los promotores

#### 1.2. Datos de los promotores



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

### **1.3 Participaciones sociales**

### **1.4 Pertenencia a grupos desprotegidos**

## **2. EL PRODUCTO O SERVICIO**

### **2.1. La Idea**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

## **2.2. Novedades de la Idea. Contribución a los ODS de la ONU**

## **2.3. Presentación / Calidad**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

**3. I+D+i. TECNOLOGÍA. INNOVACION EN PRODUCTO, PROCESOS, MODELO ORGANIZATIVO O DE COMERCIALIZACIÓN**

**4. EL MERCADO: LOS CLIENTES Y LA COMPETENCIA**

**4.1. El Mercado**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

#### **4.2. Identificación de la competencia**

#### **4.3. Identificación de los clientes**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

## **5. PLAN COMERCIAL**

### **5.1. Precios**

### **5.2. Distribución**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

### **5.3. Promoción / Comunicación**

## **6. STOCK Y ALMACÉN**

### **6.1. Suministros**





**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

## **6.2. Formas y plazos de pagos y cobros**

## **7. ESTABLECIMIENTO. LOCALIZACIÓN Y NECESIDADES DE INSTALACIONES.**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

## **8. EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO.**

### **8.1. Producción**

### **8.2. Organización del servicio**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

## **9. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

### **9.1. Cálculo de la inversión inicial**

### **9.2. Plan de financiación**

### **9.3. Balance. Previsión a 3 años**

### **9.4. Cuenta de resultados. Previsión a 3 años**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa

#### **9.5. Plan de tesorería. Previsión a 1 año**

#### **10. CÁLCULO DEL PUNTO MUERTO**

#### **11. OTRAS. SEGUROS, PERMISOS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES**

#### **12. FACTORES CLAVE. CONCLUSIONES**



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

Anexo II Plan Empresa