

Accessibilitat i Innovació

ELABORACIÓ DEL PLA DE NEGOCI PER A UN NOU PRODUCTE O SERVEI

Departament d'Organització d'Empreses

Escola Politècnica Superior d'Enginyeria de Vilanova i la Geltrú (EPSEVG-UPC)

Ariadna Llorens (ariadna.llorens@upc.edu)
Jasmina Berbegal (jasmina.berbegal@upc.edu)

Curs 2009-2010/2n.Q



Reconeixement - No
Comercial - Sense Obra
Derivada de Creative
Commons

Contingut

1. El pla d'empresa: què és i per a què serveix
2. Estructura del pla d'empresa
3. Objectius del pla d'empresa

Pla d'empresa

El pla d'empresa com a instrument per a l'avaluació de noves iniciatives empresarials

Pla d'empresa

Document que recull per escrit i de forma ordenada:

- El procés de generació d'idees
- La captació d'informació
- L'anàlisi de la informació i avaluació de la oportunitat
- La presa de la decisió sobre la posada en funcionament o no
- La delimitació d'objectius estratègics i tàctics i els punts de control

Per què fer un pla d'empresa?

- ✓ Document de treball i reflexió de l'empresari
- ✓ Document de venda a les subcoalicions externes (bancs, inversors, proveïdors, possibles clients, establiment d'acords i aliances, atracció de treballadors clau)
- ✓ Document de venda a les subcoalicions internes (treballadors, possibles socis-treballadors i possibles socis)

Pla d'empresa

Qüestions bàsiques que ha de resoldre el pla d'empresa:

- Quina oportunitat empresarial es vol aprofitar?
- Per què es pensa que existeix aquesta oportunitat i per què és interessant i rentable?
- Com es pensa aprofitar-la?
- A on es desenvoluparà?
- Qui és/són els promotors del projecte empresarial?

Pla d'empresa: Estructura (1/7)

Estructura del pla d'empresa:

1. Resum
2. Pla de màrketing
3. Pla de producció
4. Equip empreneur
5. Pla econòmic-financer
6. Pla de dates

Pla d'empresa: Estructura (2/7)

1. Resum executiu del pla d'empresa:

- Explicació de la nova idea empresarial, delimitació de l'objectiu i de l'activitat de la nova empresa
(Necessitats a satisfer, productes o serveis, mercats, clients, inversió i rendibilitat)
- Mercat per al negoci: demanda i clients
- Estratègia: diferenciació de l'empresa
(Principals línies de màrketing, finançament, producció i tecnologia, ...)
- Futur de l'empresa
- Principals riscos o problemes
- Empresari i/o equip fundacional

Pla d'empresa: Estructura (3/7)

2. Pla de Màrketing

- El mercat: definició del sector
(Sector d'activitat i característiques, mercat a nivell local i internacional, dimensió, clients, competència i estratègia competitiva)
- El producte
(Descripció del producte, descripció del negoci, estratègia de diferenciació, tecnologia diferencial)
- Pla de màrketing
(Producte, preu, distribució, promoció)

Pla d'empresa: Estructura (4/7)

3. Pla d'operacions

- Localització, instal·lació i elements de transport
- Procés de fabricació o de prestació del servei
- Altres: mesures de qualitat i costos, subcontractació, assegurances, etc.

Pla d'empresa: Estructura (5/7)

4. Equip emprendedor

- Històric de l'equip emprendedor
(Informe-resum indicant la posició, currículums dels emprendadors a l'annex del PE)
- Organització interna
(Organigrama, necessitats de subcontractació, qualificació dels costos de personal, forma jurídica, socis i costos de constitució de la societat)

Pla d'empresa: Estructura (3/7)

5. Pla econòmic-financer

- Proveïdors
(Sector d'activitat i característiques, mercat a nivell local i internacional, dimensió, clients, competència i estratègia competitiva)
- Previsions de vendes i punt mort d'explotació
- Pla d'inversió i finançament
(Càlcul de la inversió inicial, finançament de la inversió inicial, pla de finançament a tres o cinc anys)
- Pla de tresoreria
(Comptes de resultats provisionals a tres o cinc anys)
- Balanç de situació
(Balanços provisionals a tres o cinc anys, càlcul del fons de maniobra)

Pla d'empresa: Estructura (7/7)

6. Pla de dates

- Detall de la posada en funcionament de l'empresa
- Detall de la previsió del funcionament de l'empresa en els propers tres o cinc anys

Pla d'empresa: objectius (1/2)

- Subministrar una via clara d'accions a seguir
- Document de comunicació interna
- Mètode útil i eficaç per a desenvolupar-se com a empresari
- Instrument de comunicació externa
- Ajuda a crear una mentalitat interna orientada a la rentabilitat
- És un instrument eficaç de control
- Permet determinar quines són les oportunitats de negoci i els mercats d'interès més prometedors per l'empresa
- Aporta las bases per a decidir quin tipus de producte oferir
- Estableix objectius, estratègies i plans a seguir que permetin control el desenvolupament futur de l'empresa
- Estableix una base per a planificar totes les activitats de l'empresa
- Estímula l'ús més racional dels recursos

Pla d'empresa: objectius (2/2)

- Assigna responsabilitats específiques i estableix programes de treball coordinats
- Facilita el control i la medició de resultats
- Crea consciència dels obstacles que s'han de superar
- Avalua les estratègies alternatives
- Facilita revisions periòdiques pràctiques i eficaces
- Crea el marc de comunicació i venda
- Crea el marc general financer
- Determina quines són les àrees generals més importants a controlar
- Analitza la situació de l'empresa respecte dels principals competidors
- Permet la captació de finançament (bancària, de proveïdors)
- És un instrument per a la captació de nous socis i directius

Bibliografia de referència

- LOPEZ-AMO, A. (1996). "**Guia para crear una empresa**", Guías Espasa.
- GERBERG, M.E. (1997). "**El mito del emprendedor**", Povidos Empresa, vol. 45
- SIEGEL. E.S. et al. (1994). "**El Plan Empresarial!**" la guía de Ernst & Young. Ed. Diaz de Santos, Madrid.

