

## **PLAN DE VIABILIDAD**

### **1. ORIGEN Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO**

- Explicar el origen de la idea; historia del proyecto
- Motivos por los que tenemos esta idea

#### **1.1 Objetivos que se persiguen**

- Objetivos personales
- Objetivos empresariales

### **2. PROMOTORES/AS** (Datos a rellenar por cada promotor/a)

- DATOS PERSONALES** (Nombre, Apellidos, DNI, Dirección, Municipio, Fecha de nacimiento, Teléfono)
- FORMACIÓN ACADÉMICA**
- EXPERIENCIA PROFESIONAL** (Empresa, Fechas, Tareas Realizadas, Duración)
- TIEMPO EN DESEMPLEO**

### **3. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Descripción de la actividad a desarrollar**

- Productos y servicios que se van a ofrecer
- Características técnicas de la fabricación del producto o forma de realizar el servicio
- Ventajas que ofrece nuestro producto o servicio respecto a los que ya existen
- Necesidades que serán cubiertas por nuestro producto o servicio

### **3.2 Ubicación del negocio**

- Municipio y breve explicación de la zona y el entorno en la que se va a ubicar
- Razonamiento de la ubicación escogida
- Metros cuadrados y distribución del local
  
- Forma de adquisición del local: Alquiler (precio, duración del contrato, ¿opción a compra?,...); Compra (precio, tipo de financiación...); Traspaso (precio, duración del contrato, tipo de financiación...)

## **4. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **4.1 Análisis del sector**

- Estado actual del mercado y su tendencia futura
- Cambios sociales, demográficos, técnicos, ecológicos, económicos... que puedan influir en este mercado
- Estacionalidad del producto o servicio

### **4.2 Análisis de la clientela**

- Tipo de clientes al que voy a ofrecer mi producto o servicio; describir el perfil del consumidor; hábitos de consumo...
- Expectativas de los clientes de este tipo de producto o servicio
- Elementos en los que los clientes basan sus decisiones de compra (precio, calidad, distribución, servicio, etc.)
- Grado de fidelidad de los clientes de este tipo de producto o servicio
- Plazos de cobro

### 4.3 Análisis de la competencia

- Descripción de la competencia y ubicación
- Características de los productos o servicios de la competencia (precios, calidad, eficacia de su distribución, cuota de mercado...)
- Valor añadido que ofrece mi producto o servicio respecto al de la competencia
- Puntos fuertes y débiles de la competencia

### 4.4 Proveedores

- Proveedores con los que se piensa trabajar y ubicación
- ¿Existe una gran variedad de proveedores o hay una gran dependencia de unos pocos?
- ¿Se puede cambiar fácilmente de proveedor?
- Plazos de pago

### 4.5 Análisis DAFO

#### Análisis Externo

- **Oportunidades** (Todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma)
- **Amenazas** (Toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, reducir su efectividad, incrementar los riesgos de la misma o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad)

□ **Análisis Interno**

- **Debilidades** (Aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa)
- **Fortalezas** (Capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades)

## **5. POLÍTICA DE MARKETING**

### **5.1 Política del producto/servicio**

- Definición del producto o servicio que se va a ofrecer y enumerarlos por familias o líneas de negocio
- Ventajas comparativas del producto o servicio que se va a ofrecer

### **5.2 Política de precios**

- Explicar los criterios que se utilizarán a la hora de establecer los precios (precios de la competencia, costes, disposición a pagar el mercado...)
- Enumerar los productos o servicios que se van a ofrecer por familias e indicar los respectivos precios de coste y los de venta

### **5.3 Política de comunicación**

- Medios en los que se realizará la publicidad e importe aproximado (periódicos, radio, revistas, tv, folletos, tarjetas...)
- Impacto de los medios seleccionados respecto a los existentes

### **5.4 Política de distribución**

- Explicación de los canales de distribución (venta al por menor, venta al por mayor, almacenista, distribuidores, ventas por correo...)
- En caso de venta directa detallar la distribución de espacios, organización de los productos...

## **6. ÁREA DE PERSONAL**

- Forma jurídica de la empresa
- Número de trabajadores que se van a contratar, puestos que van a ocupar, tipo de contrato y sueldos brutos del personal...
- Determinar las posibles contrataciones que se realizarán en los próximos tres años y requisitos de las personas

## **7. ÁREA DE PRODUCCIÓN**

- Realizar una breve explicación del proceso que se seguirá desde la entrada de un pedido hasta la entrega del mismo

## **8. OBJETIVOS DE INGRESOS**

- Realizar una estimación de la facturación mensual que se podría obtener
- Señalar los meses buenos, regulares y malos

## **9. ÁREA DE GASTOS GENERALES**

- Realizar una lista con los gastos mensuales:
  - Sueldo bruto promotor/a
  - Seguridad Social promotor/a
  - Sueldo empleado/a
  - Alquiler
  - Asesoría
  - Impuestos
  - Seguros
  - Suministros (agua y energía)
  - Teléfono
  - Mantenimiento
  - Dietas
  - Transporte
  - Otros

## **10.INVERSIONES**

- Realizar una lista con las inversiones a realizar
  - Terreno
  - Local
  - Maquinaria
  - Acondicionamiento del local
  - Mobiliario
  - Equipo informático
  - Elemento de transporte
  - Fianza
  - Otros

## **11.FINANCIACIÓN**

- Indicar el modo de financiación de las inversiones
  - Recursos propios
  - Préstamo (Cuantía, Duración, Tipo de interés, Entidad Bancaria)