

PERFIL PERSONAL - PROFESIONAL

Puntos Fuertes

Rentabilización

Puntos Débiles

Consecuencias

Minimización

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO Y MERCADO

Plano de las áreas de influencia :

	Población
Zona prioritaria	
Zona secundaria	
Zona de expansión	

	Características	⊕ Oportunidades	⊖ Amenazas
Zona prioritaria			
Zona secundaria			
Zona de expansión			

PÚBLICO OBJETIVO

Tipología de potencial cliente :

Particular	Empresa	Institución	Administración	Otros

En caso de empresas :

	Tamaño %	Zona priorit.	Zona secund.	Zona exp.

En caso de particulares :

Sexo	Mujer	Hombre			
Franja edades	menor 18	18-30	31-50	51-65	más de 65
Poder adquisitivo	bajo	medio-bajo	medio	medio-alto	alto

Estudio de hábitos :

Tipo de compra	Reflexiva	Impulsiva			
Frecuencia	Diaria	Semanal	Mensual	Anual	Ocasional
Franja horaria	Mañana	Tarde			
Canal distribución	Tienda	Gran superf.	Catálogo	Otros	

LA COMPETENCIA

Identificación de la competencia :

Tipo empresa	Zona	Productos	Precios	Servicios añadidos

Características de la competencia :

Empresa	Puntos Fuertes	Puntos Débiles

CARACTERÍSTICAS SECTORIALES

Situación del sector :

Evolución del sector :

Tendencia del sector :

RESUMEN DEL MERCADO, POTENCIALES CLIENTES Y COMPETENCIA

Área de influencia

Habitantes del área de influencia

Tipología de clientes potenciales

Estructura de edades

Nivel de rentas

Actividades comerciales de la zona

La competencia

Otros a destacar

D.A.F.O. DEL PROYECTO

Puntos fuertes y oportunidades del proyecto :

Hecho	Punto Fuerte	Oportunidad

Puntos fuertes y oportunidades del proyecto :

Hecho	Punto Débil	Amenaza	Minimización

PLAN DE MARKETING

Entorno real mercado	Oportunidades	Amenazas

Publico Objetivo	Oportunidades	Amenazas

Atributos del producto o servicio	Puntos Fuertes	Puntos Débiles

Definición de la ventaja competitiva :

PLAN DE MARKETING

Política de producto :

Política de precios :

Política de distribución :

Política de comunicación :

Definición de objetivos :

PLAN DE MARKETING

Estrategia de lanzamiento :

Estrategia de posicionamiento :

Estrategia de desarrollo :

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Recursos económicos disponibles :

Fondos propios	
Financiación bancaria	
Ayudas y/o subvenciones	
TOTAL	

Plan de inversiones :

	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Total
Adecuación local				
Mobiliario				
Gastos formalización				
Existencias				
Maquinaria y enseres				
Gastos comercialización				
Imprevistos				
TOTAL				
REMANENTE				

Plan de Tesorería :

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ventas						
Otros ingresos						
Ingresos financieros						
Consumos explotación						
Gastos personal						
Amortización						
Otros gastos explotación						
Gastos financieros						
Gastos extraordinarios						
Reembolso prestamos						
RESULTADO						
SALDO FINAL PERIODO						
SALDO ACUMULADO						

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Balance :

ACTIVO	PASIVO
Inmovilizado Inm. inmaterial Inm. material Terrenos Construcciones Maquinaria Mobiliario Eq. informáticos Vehículos Gastos a distribuir en varios ejercicios Activo circulante Existencias Deudores Inversiones fin. temp. Tesorería	Fondos Propios Capital social Reservas Resultado ej. anteriores Ingresos a distribuir en varios ejercicios Provisiones para riesgos y gastos Acreedores a largo plazo Acreedores a corto plazo
Total activo	Total pasivo

Cuenta de resultados :

	+	VENTAS
	-	COSTES VARIABLES
	-	COSTES FIJOS
		BAIT
		Beneficio antes de Intereses e Impuestos
	-	INTERESES
		BAT
		Beneficio antes de Impuestos
	-	IMPUESTOS
		BDT
		Beneficio despues de Impuestos