

INDICE GENERAL

1.- Introducción	5
2.- Objeto del proyecto	9
3.- Antecedentes	10
4.- Resumen y estructura del documento	11
4.1.- MISIÓN DE LA EMPRESA.	11
4.2.- EL MERCADO.	12
4.3.- VENTAJAS DE NUESTRO SERVICIO.	13
4.4.- INGRESOS POTENCIALES.	14
4.5.- PROMOTOR Y PERSONAL.	14
4.6.- MERCADOTECNIA.	15
4.7.- PLAN FINANCIERO.	16
5.- Plan de negocio	18
5.1: ENUNCIADO DE LA MISIÓN	18
5.1.1.- Cuestiones previas al enunciado de la misión.	
5.1.1.1.- Necesidad que se pretende satisfacer.	
5.1.1.2.- Clientes objetivo	
5.1.1.3.- Productos y servicios ofrecidos	
5.1.1.4.- Satisfacción de la demanda en la actualidad	
5.1.1.5.- Enfoque innovador	
5.1.1.6.- Descripción general de productos y servicios.	
5.1.1.7.- Segmentación del mercado presente y futuro.	
5.1.1.8.- Ámbito geográfico presente y futuro	
5.1.1.9.- Singularidades presentes y futuras.	
5.1.2.- Misión.	

5.2: ANÁLISIS EXTERNO.	31
5.2.1.- Variables del entorno general.	
5.2.1.1.- Variables jurídicas.	
5.2.1.2.- Variables políticas	
5.2.1.3.- Variables económicas	
5.2.1.4.- Variables demográficas	
5.2.1.5.- Variables tecnológicas	
5.2.1.6.- Variables sociales y culturales	
5.2.1.7.- Variables geográficas.	
5.2.2.- El mercado y el sector en términos de competencia.	
5.2.2.1.- El mercado	
5.2.2.2.- La competencia	
5.2.3.- Variables del entorno próximo.	
5.3: ANÁLISIS INTERNO.	61
5.3.1.- Capacidades personales.	
5.3.2.- Capacidades Técnicas	
5.3.3.- Capacidades de gestión y comerciales.	
5.3.4.- Capacidades financieras.	
5.4: SÍNTESIS DAFO.	70
5.5: LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS.	73
5.5.1.- Líneas estratégicas.	
5.5.1.1.- Posicionamiento.	
5.5.1.2.- Diferenciación.	
5.5.2.- Objetivos empresariales	
5.5.2.1.- Objetivos de ventas.	
5.5.2.2.- Objetivos de rentabilidad.	
5.5.2.3.- Otros objetivos.	
5.6: PLAN DE ACTUACIÓN.	81
5.6.1.- Plan de Marketing.	
5.6.1.1.- Descripción del mercado.	

5.6.1.2.– Descripción del producto o servicio.

5.6.1.3.– Política de Precios.

5.6.1.4.– Sistemas de cobro.

5.6.1.5.– Política de Comunicación.

5.6.1.6.– Plan de ventas.

5.6.2.– Plan de Operaciones.

5.6.2.1.– Descripción detallada de los servicios.

5.6.2.2.– Aprovisionamiento.

5.6.2.3.– Determinación de costes operativos.

5.6.2.4.– Almacenamiento y logística de distribución.

5.6.2.5.– Servicio post-venta.

5.6.2.6.– Sistema de planificación y control de operaciones.

5.6.3.– Plan jurídico, fiscal y laboral.

5.6.3.1.– Forma jurídica.

5.6.3.2.– Plan fiscal.

5.6.3.3.– Plan Laboral y Seguridad Social.

5.6.3.4.– Principales Contratos y Acuerdos.

5.6.4.– Plan de Organización y recursos Humanos.

5.6.4.1.– Perfil del equipo directivo / socios.

5.6.4.2.– Organigrama.

5.6.4.3.– Plantilla y perfil de los DN.

5.6.4.4.– Sistemas de Retribución.

5.6.4.5.– Otros aspectos relacionados con la gestión RRHH

5.6.5.– Plan de Tecnología de la Información.

5.6.5.1.– Infraestructura de hardware.

5.6.5.2.– Infraestructura de Software.

5.6.5.3.– Infraestructura de Comunicaciones.

5.6.6.– Plan económico – financiero.

5.6.6.1.– Índice hojas de cálculo.

5.6.6.2.– Planteamiento financiero.

5.6.6.3.– Explotación, previsión de I, G, R

5.6.6.4.– Tesorería previsional.

5.6.6.5.– Balances de situación previsionales.

5.6.6.6.– Otras previsiones financieras.

5.7: CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN. 130

5.8: VIABILIDAD Y CONCLUSIONES. 132

5.8.1.– Coherencia del Proyecto.

- 5.8.2.- Viabilidad financiera del Plan
- 5.8.3.- Control del Plan
- 5.8.4.- Plan de Contingencias
- 5.8.5.- Planes a largo plazo.

6.- Fuentes de información y bibliografía 137

- 6.1.- BIBLIOGRAFÍA 137
- 6.2.- ORGANISMOS E INSTITUCIONES 138
- 6.3.- ENCUESTAS 139

Anexos 140

- ANEXO I: LEGISLACIÓN APLICABLE 141
- ANEXO II: ORDEN PROGRAMA DE INCENTIVOS JUNTA DE ANDALUCIA 146
- ANEXO III: COYUNTURA ECONÓMICA DE ANDALUCIA 147
- ANEXO IV: CURRICULUM VITAE DEL PROMOTOR 165
- ANEXO V: CONTRATO TIPO ESTRATEGIA 168
- ANEXO VI: ENCUESTAS RESPONDIDAS ETICOM 174