

MEMORIA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

DATOS DEL PROMOTOR/ES

Nombre:	Apellidos:		
DNI:	Domicilio:		
Localidad:	Código Postal:		
Fecha de Nacimiento:	Teléfono:		

Nombre:	Apellidos:		
DNI:	Domicilio:		
Localidad:	Código Postal:		
Fecha de Nacimiento:	Teléfono:		

Nombre:	Apellidos:		
DNI:	Domicilio:		
Localidad:	Código Postal:		
Fecha de Nacimiento:	Teléfono:		

Nombre:	Apellidos:		
DNI:	Domicilio:		
Localidad:	Código Postal:		
Fecha de Nacimiento:	Teléfono:		

DATOS DEL PROYECTO

Nombre de la Empresa:	CIF/NIF:	
Sector de Actividad:		
Dirección:		
Localidad:	CP:	
Teléfono:	Fax:	
Forma Jurídica:		
Fecha de constitución:		
Fecha prevista de Inicio de Actividades:		
Nº de socios:	Nº de socios trabajadores:	
Nº de personas contratadas:		
Correo Electrónico:		

Descripción del proyecto:

Desarrollo de la actividad a realizar, características más singulares, etc.

Descripción del promotor/res:

(Experiencia personal, formación, Cualidades, etc.)

1.- Estudio de Mercado.

Mercado.

❖ **¿Cuál es el mercado y sus características?**

❖ **Ámbito geográfico.**

❖ ANÁLISIS EXTERNO. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Macroentorno:

- Factores demográficos, económico, jurídicos, socioculturales, ambientales, tecnológicos, políticos que puedan afectar a la actividad.

Microentorno:

Clientes

- ¿Cuáles son sus clientes potenciales?

Competencia. Identifique a la competencia por:

- Características de sus productos/servicios.

➤ ¿Quiénes son sus empresas competidoras?

❖ **ANÁLISIS INTERNO. PUNTOS FUERTES Y DÉBILES.**

Analice los puntos fuertes y débiles de su empresa:

➤ **Puntos Fuertes:**

➤ **Puntos Débiles:**

2.- Plan de Marketing

❖ **Producto o Servicio.** Describa brevemente cuales son las líneas del producto o servicio que se ofrecen en este negocio y mercado. Asimismo cuales son las necesidades que pretende cubrir con sus productos o servicios.

- ❖ **Precio.** Como se fijan los precios de mercado y el margen de beneficios aplicado durante los primeros años. Ej: según costes, precios de la competencia, etc.

- ❖ **Distribución.** Como se comercializa el producto: directamente, a través de canales de distribución, intermediarios...

- ❖ **Acciones de Marketing.** Acciones de promoción utilizadas (publicidad, relaciones públicas, promociones, descuentos, etc ...) y coste de las misma desglosado.

PRESUPUESTO DE MARKETING		
CONCEPTO	COSTE (AÑO 0)	COSTE (AÑO 1)
PUBLICIDAD (Prensa, Radio, Televisión, Revistas especializadas, buzoneo, vallas, etc.)		
PROMOCIÓN DE VENTAS (Tarjetas de visitas, etiquetas, bolsas, regalos, etc.)		
FERIAS Y EXPOSICIONES		
OTROS		

6.- PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO.

1. PLAN DE INVERSIONES INICIALES

INVERSIONES EN ACTIVO NO CORRIENTE	IMPORTE
Terreno	
Construcciones (por compra de local)	
Elementos de transporte	
Equipos Informáticos (Ordenadores y complementos, fax, fotocopiadora,..)	
Maquinaria	
Mobiliario	
Gastos de Constitución (Notarías, registros...)	
Instalaciones (Instalación eléctrica, agua...)	
Inmovilizado Inmaterial (Aplicaciones Informáticas, Propiedad Industrial, Fondo de Comercio...)	
Inmovilizado Financiero (Avaes, fianzas, garantías...)	
TOTAL ANC	
INVERSIONES EN ACTIVO CORRIENTE	IMPORTE
Existencias Iniciales (Compras iniciales para iniciar la actividad)	
Tesorería	
TOTAL AC	
TOTAL AC+ANC	

3. CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS

A.- Gastos	Cuantía Año 0	Cuantía Año 1
A.1. Compras Material a consumir		
A.2. Gastos de personal (Sueldos y Seguridad Social)		
A.3. Gastos de 1º establecimiento Obras de acondicionamiento Permisos y licencias		
A.4. Gastos de Administración Alquileres Suministros (luz y agua) Teléfono Material de Oficina Primas de Seguros		
A.5. Gastos de Promoción Publicidad y promoción		
A.6. Gastos de Distribución Transportes Envases y embalajes		
A.7. Otros gastos Reparación y conservación Otros gastos		
A.8. Financieros De préstamos De líneas de descuento De negociación de efectos, etc		
A.9. Impuestos		
A.10. Amortizaciones		
TOTALES A		
	Cuantía Año 0	Cuantía Año 1
B. Ingresos		
B.1. Ventas *		
B.2. Otros Ingresos		
TOTALES B		
BENEFICIO/PERDIDA(TOTAL B-TOTAL A)		

Nota: Intentar desglosar todos los apartados y subapartados.

✓ Indicar brevemente como se han calculado los Ingresos por las ventas.

4. PREVISIÓN DE TESORERÍA

Previsión de cobros y pagos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SALDO INICIAL (A)												
PREVISIÓN DE COBROS												
Ventas												
IVA Repercutido												
Prestamos												
Subvenciones												
Otros Ingresos												
TOTAL COBROS (B)												
PREVISIÓN DE PAGOS												
Inversiones												
Proveedores												
Sueldos												
Seguridad Social												
Publicidad y promoción												
Prima de seguros												
Alquileres												
Suministros (luz y agua)												
Teléfono												
Tributos												
Transportes												
Rep. y conservación												
Gastos Financieros												
Servicios profesionales												
IVA soportado												
TOTAL PAGOS (C)												
SALDO (A+B-C)												

5. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

El balance es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado

ACTIVO	IMPORTE €
ACTIVO NO CORRIENTE	
EDIFICIOS Y OTRAS CONSTRUCCIONES	
OBRAS ACONDICIONAMIENTO	
MAQUINARIA Y UTILLAJE	
MOBILIARIO Y ENSERES	
EQUIPOS INFORMÁTICOS	
FIANZAS	
OTROS	
ACTIVO CORRIENTE	
EXISTENCIAS	
TESORERÍA	
TOTAL ACTIVO	

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	IMPORTE €
PATRIMONIO NETO	
CAPITAL	
OTRAS APORTACIONES	
PASIVO NO CORRIENTE	
DEUDAS CON ENTIDADES DE CREDITO A L/P	
ACREEDORES A L/P	
PASIVO CORRIENTE	
DEUDAS CON ENTIDADES DE CREDITO A C/P	
ACREEDORES A C/P	
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	

7. FORMA JURÍDICA Y PUESTA EN MARCHA

Forma Jurídica. Defina cual va a ser la forma jurídica de su nueva empresa. Indicar el número de socios o promotores. Régimen de la Seguridad Social en que se encuentran.
