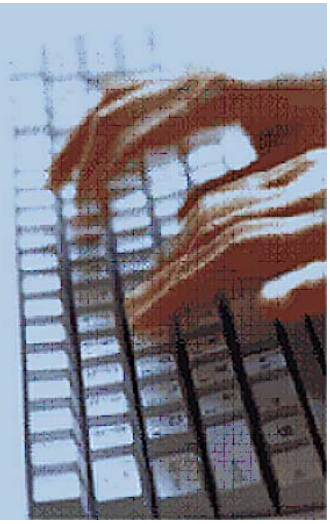
PLAN DE e-NEGOCIO.

PLANTILLAS PARA LA DEFINICIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

SERVICIO DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL.

PROYECTO CECARM.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto. Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet.



Identificación de Proyecto (a cumplimentar por el personal de CECARM)			
Empresario.....[ ]		Emprendedor.....[ ]	
REF. Proyecto CECARM:			
Versión del documento:		Fecha:	

Este documento es de carácter confidencial y el equipo del proyecto CECARM se compromete a mantener sus copias para uso exclusivo del Servicio de Asesoramiento Empresarial.

IDENTIFICACION DE LA EMPRESA			
EMPRESARIO (la empresa ya está en marcha)			
Nombre de la Empresa		Fecha de constitución	
Razón social		C.I.F.	
Dirección		CP	
Localidad		Provincia	
Teléfono		Fax	
Página Web		E-mail	
Nº de trabajadores		Volumen de facturación	
Persona de Contacto			
Correo electrónico		Teléfono de contacto	
EMPRENDEDOR (la empresa no está en marcha)			
Nombre de la Empresa		Fecha prevista de constitución	
Persona de Contacto		N.I.F.	
Correo electrónico		Teléfono de contacto	
Localidad		Provincia	

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

1. Presentación del Proyecto.

Nombre del proyecto

Indicar el nombre comercial y sitio web de referencia

Idea de negocio

En 10-15 líneas indicar la actividad a realizar, los productos/servicios que se ofrecerán, el hueco de mercado que cubre y los objetivos a alcanzar a medio y largo plazo

Factores claves

Enumerar en forma de lista los aspectos diferenciales del proyecto

1.
2.
3.
4.
5.

Motivación de la idea de negocio

Enumerar las razones de carácter personal, económico y profesional

1.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

2.
3.
4.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

2. Equipo Promotor y Empresa.

El objetivo es conocer los factores positivos y negativos que influyen en el proyecto y que definen **qué podemos hacer**.

PRESENTACIÓN DEL EQUIPO PROMOTOR

Nº de socios / equipo de gerencia

Nº de socios participantes en la nueva empresa o de los integrantes en la gerencia de la empresa

Equipo promotor

Para cada promotor se indicará en 2/3 líneas los aspectos de su currículo que influyan en el proyecto

SOCIO	DATOS DEL CURRÍCULO
Socio A	**Funciones a desempeñar en el proyecto**
	->
	Formación académica
	->
	Formación – Experiencia tecnológica
	->
	Experiencia Profesional
	->
Socio B	**Funciones a desempeñar en el proyecto**
	->
	Formación académica
	->
	Formación – Experiencia tecnológica
	->
	Experiencia Profesional
	->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Completar sólo si la empresa existe

Historia

10-15 líneas indicar los orígenes y evolución y aspectos diferenciales

Actividad empresarial: Productos y servicios.

Resumida en 5-6 líneas explicar la actividad actual de la empresa, tipo de productos y servicios ofrecidos a través de todos los canales, incluido Internet

Situación actual

Identificar el estado actual de la empresa: expansión, recesión, internacionalización, inicio de actividad ...

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

Evolución.

(Datos de evolución de la empresa en los 5 últimos años)

Nº de clientes	

Evolución	Nº Empleados	Volumen de facturación (miles/€)	Beneficio empresarial (%)	Inversión tecnología (miles /€)
Año 2003				
Año 2004				
Año 2005				
Año 2006				
Prev. Año 2007				

Objetivos a medio y largo plazo.

Enumerar los objetivos marcados por la empresa en cuanto a mercados, productos, crecimiento, líneas de negocio, etc

1.
2.
3.
4.
5.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

3. Análisis del Entorno

Presenta los elementos que describen **qué nos permiten hacer,** nuestra competencia, el mercado, los tipos de clientes, las tendencias del sector...

3.1. Entorno General

Enumerar todos los aspectos que afectan al proyecto desde el punto de vista del entorno general (legislación, políticas, fiscalidad, tecnología, estilos de vida, tendencias...), empleando una frase para cada uno de los aspectos que se evalúan, intentando dar valoraciones cuantitativas e indicando nuestra posición de ventaja o desventaja.

ASPECTO A VALORAR	POSICIONAMIENTO

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

3.2. Sector

Identificar las singularidades del sector que condicionan el proyecto (barreras de entrada, saturación del mercado, crecimiento del sector, productos /servicios sustitutivos, tipo de competitividad, estado de los proveedores, poder de negociación con clientes y proveedores, etc), empleando una frase para cada uno de los aspectos que se evalúan, intentando dar valoraciones cuantitativas e indicando nuestra posición de ventaja o desventaja.

ASPECTO A VALORAR	POSICIONAMIENTO

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

3.3. Competencia

Agrupar la competencia por tipos de empresa y definir sus características y una valoración final del impacto que suponen para nuestro proyecto.

Tipo de Empresa	Características
TIPO 1	**Ámbito**
	->
	Modos de Comercialización
	->
	Productos / Servicios en Internet
	->
	Características diferenciales en Internet
	->
	VALORACIÓN
	->
TIPO 2	**Ámbito**
	->
	Modos de Comercialización
	->
	Productos / Servicios en Internet
	Características diferenciales en Internet
	->
	VALORACIÓN
	->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

3.4. Mercados y Clientes

Agrupar el Mercado/cliente por segmentos, definir sus características y una valoración final del impacto que suponen para nuestro proyecto.

Tipo Mercado/Cliente	Características del Mercado/Cliente
SEGMENTO 1	**Características del Mercado/Cliente**
	->
	Mercados
	->
	Características en Internet
	->
	Tipos de Productos/Servicios
	->
	% de Facturación
	->
	VALORACIÓN
	->
SEGMENTO 2	**Características del Mercado/Cliente**
	->
	Mercados
	->
	Características en Internet
	->
	Tipos de Productos/Servicios
	->
	% de Facturación
	->
	VALORACIÓN
	->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

4. Productos y Servicios

Este apartado recoge todas las características de los productos y servicios que se van a comercializar por Internet y se detallarán los servicios de valor añadido que se pondrán en marcha en el proyecto.

4.1. Productos y servicios.

Enumerar los tipos de productos/servicios que se ofrecerán y definir sus características

Productos/ Servicios	Características del Producto/Servicio
PRODUCTO/ SERVICIO 1	**Características**
	->
	Aspectos diferenciales
	->
	Tipos de cliente
	->
	% de facturación prevista
	->
PRODUCTO/ SERVICIO 2	**Características**
	->
	Aspectos diferenciales
	->
	Tipos de cliente
	->
	% de facturación prevista
	->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

4.2. Servicios de Valor Añadido.

Detallar los servicios de valor añadido que ofreceremos para fidelizar al visitante y fomentar la compra y que sólo estarán disponibles a través de Internet.

Servicios	Características de los Servicios de Valor Añadido
SERVICIO VA 1	**Descripción del servicio** **Tipos de cliente** ->
SERVICIO VA 2	**Descripción del servicio** **Tipos de cliente** ->
SERVICIO VA 3	**Descripción del servicio** **Tipos de cliente** ->
SERVICIO VA 4	**Descripción del servicio** **Tipos de cliente** ->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

5. Objetivos Estratégicos

En este apartado se enumerarán los logros claros y concretos que se desean alcanzar con la puesta en marcha de este negocio en Internet.

Objetivos estratégicos.

Enumerar objetivos y con cifras los objetivos a alcanzar.

Área	Objetivos Estratégicos
Mercado	->
Producción	->
Marketing-Comercial	->
	->
	->
	->
	->

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

6. Plan de Comercialización

En este punto se definen las actuaciones previstas en marketing y ventas para alcanzar los objetivos comerciales propuestos.

6.1. Plan de Marketing

Enumerar todas las actuaciones necesarias para dar a conocer el servicio de compra o venta que la empresa ofrece por Internet.

Acciones de promoción y publicidad.
1.
2.
3.

Acciones de presentación y posicionamiento.
1.
2.
3.

Acciones de captación y fidelización de clientes.
1.
2.
3.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

6.2. Plan de Ventas.

Enumerar todas las estrategias a desarrollar para incrementar las ventas y dar a conocer el servicio de compra o venta que la empresa ofrece por internet.

Estrategias de precios.
1.
2.
3.

Estrategias de pedidos, venta y distribución.
1.
2.
3.

Estrategias de posicionamiento.
1.
2.
3.

Política de Atención al Cliente.
1.
2.
3.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

7. Plan de Operaciones

Aspectos legales.

Enumerar las acciones administrativas y legales a realizar

-
-
-

Infraestructura

Enumerar los pasos a dar para la adquisición o alquiler de las infraestructuras necesarias

Oficinas y mobiliario
▪ ▪ ▪

Equipamiento para producción
▪ ▪ ▪

Equipamiento tecnológico
▪ ▪ ▪

Comunicaciones
▪ ▪ ▪

Aplicaciones informáticas
▪ ▪ ▪

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

Distribución
▪ ▪ ▪

Otras: servicios externos de pago/cobro, seguridad...
▪ ▪ ▪

Localización de proveedores y colaboradores.

Enumerar los acuerdos con colaboradores.

1.
2.
3.

Proceso de producción.

Definición los procesos de producción y las necesidades a cubrir en materiales, personal, equipamiento...

▪
▪
▪

Servicios de valor añadido.

Definir los recursos necesarios para poner en marcha los servicios complementarios a ofrecer.

▪
▪
▪

Soportes de comercialización.

Describir y programar los diferentes soportes a realizar: sitio web, catálogo de productos, traducción, soportes de marketing

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

-
-
-

Servicio de Atención al cliente.

Definir los recursos necesarios para poner en marcha los servicios a ofrecer.

-
-
-

Publicidad y RRPP.

Programar la contratación de soportes y medios y la planificación de acciones

-
-
-

RRHH.

Enumerar las necesidades de personal para la selección, contratación y formación.

-
-
-

Otras operaciones.

Enumerar las necesidades de recursos para realizar otras acciones necesarias.

-
-
-

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

8. Plan Económico- Financiero

En este apartado se recogen los resultados obtenidos del documento del *Plan Económico–Financiero*. Este documento, con formato de hoja de cálculo, se encontrará entre la documentación de la **Guía del e-Negocio** que ha recibido del Servicio de Asesoramiento Empresarial del Proyecto CECARM.

Complete ese documento e incorpore en las siguientes tablas los datos solicitados. (Rellene los resultados más significativos del plan económico-financiero definitivo)

	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO
Resultado de Explotación			
Resultado Neto			
Cash Flow			

Indique a continuación cuando se alcanza el **punto de equilibrio**, atendiendo a las descripciones de la *Guía de Consulta del Plan de e-Negocio*.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

9. Informe Ejecutivo

En este punto se ofrecerá una presentación completa y resumida del proyecto, destacando los aspectos más singulares que favorezcan su éxito

Presentación del Proyecto.

En 5-10 líneas describir a modo de eslogan publicitario quienes somos, que hacemos y que ventajas ofrecemos

Dirección y gestión.

Presentar el equipo promotor y las líneas maestras de gestión que se abordarán.

Competencia.

Resumir la situación de la competencia y las ventajas que ofrece nuestro proyecto frente al resto del sector.

Mercado y cliente.

Identificar el hueco de mercado que va a cubrir nuestro proyecto y las singularidades de los clientes objetivo.

Productos y servicios.

Extracto de los tipos de productos a comercializar, los servicios complementarios a desarrollar y los aspectos diferenciales fundamentales.

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet

Comercialización.

Aspectos generales de la estrategia de marketing y ventas a desarrollar.

Operaciones.

Aspectos generales de las infraestructuras, materiales y recursos tecnológicos y humanos necesarios para la puesta en marcha.

Planes y previsiones financieras.

Presentar la situación económico-financiera del proyecto, trasladando los datos resumen del documento del Plan Económico-Financiero.

(Nota: Se puede realizar copiando las celdas de la hoja Excel y pegándolo en cada apartado de este documento).

Plan de Inversiones.

Plan de Financiación

Cta. de Resultados

Cta. de Ingresos y Gastos

Este material ha sido creado para el uso privado de empresas y particulares en el ámbito del Proyecto CECARM. Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto.
Cualquier otro uso debe ser autorizado expresamente por © Grita Internet