

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PLAN

1. INTRODUCCIÓN**2. MISIÓN**

Objetivo último del negocio o la empresa

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Ubicación de la actividad empresarial.

Nombre de la empresa

Ámbito geográfico de actuación de la empresa

Presentación de las promotoras

4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/S O SERVICIO/S

Características

Gama de productos/servicios

Garantías

Productos complementarios

Evolución futura

5. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO**5.1. DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL MERCADO**

Necesidades del mercado que satisface

Mercado potencial y real

Tendencias generales del mercado

Localización geográfica

Características específicas del mercado

5.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Principales empresas competidoras

5.3. VENTAJAS COMPETITIVAS**5.4. CLIENTELA OBJETIVA**

5.4.1. Perfil de la clientela

5.4.2. Hábitos de compra/contratación

5.4.3. Actores en el proceso de compra/contratación

6. SÍNTESIS DAFO :

- 6.1. Debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades
- 6.2. Estrategias alternativas y acciones de futuro

7. ESTRATEGIA COMERCIAL

- 7.1. Selección de segmento/s objetivos
- 7.2. Estrategia de fijación de precios
- 7.3. La distribución
- 7.4. La comunicación
- 7.5. Presupuesto de marketing

8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

9. PLAN DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

- 9.1. Descripción del proceso de elaboración/prestación del producto/servicio principales costes, proveedores más importantes, forma de pago

10. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

- 10.1. Describir el equipo de trabajo, las funciones del personal y perfil de los puestos así como sus retribuciones

11. PLAN JURÍDICO

- 11.1. Forma jurídica y fiscalidad. Aspectos formales

12. CONCLUSIONES

13. PLAN DE CONTINGENCIAS

14. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO