

Emprendedores: Plan de Negocio e Plan Económico - Financeiro



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

ÍNDICE

01

Módulo 01 – Que é un Plan de Negocio?

Por que é importante elaborar un plan de negocio?.....	07
Que contén un plan de negocio?	07
Resume executivo	08
Descrición do proxecto	10
Análise do sector	12
Estudo de mercado	14
Plan de marketing e comercialización	16
Modelo de negocio	18
Plan de operacións	20
Plan económico-financieiro	22
Equipo promotor	24
Análise DAFO	26
Calendario de implementación	29
Necesidades de financiación e vías de obtención	32

02

Módulo 02 – Plan económico-financieiro

Que obxectivos ten un plan económico-financieiro?.....	38
Como realizar o plan económico-financieiro?	39
Ferramentas dixitais para a xestión financeira	40

MÓDULO 01

QUE É UN PLAN DE NEGOCIO?

Un **plan de negocio** é un documento que recompila de xeito estruturado toda a información clave sobre un proxecto empresarial: que se ofrecerá, a quen, como se producirá, como se venderá, canto custará poñelo en marcha e que rendibilidade se espera.

Non é un simple informe, senón unha ferramenta estratéxica que che permite organizar ideas, tomar decisións fundamentadas e anticipar escenarios.

POR QUE É IMPORTANTE ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIOS?

Permite reflexionar en profundidad sobre a idea emprendedora.

Facilita a detección de erros, deficiencias ou necesidades antes de comezar o proxecto.

Serve como unha folla de ruta para as diferentes etapas do desenvolvemento empresarial.

Ofrece claridade sobre o investimento necesario e as expectativas de ingresos.

É un documento fundamental para solicitar axudas, acceder a financiamento ou buscar colaboracións.

RESUMO EXECUTIVO



O resumo executivo é unha síntese clara e concisa do plan de negocio, que se escribe unha vez rematado todo o documento, pero que se coloca ao principio pola súa función introdutoria.

O seu obxectivo é ofrecer unha rápida visión xeral do proxecto, destacando os aspectos clave que o fan viable, atractivo e diferenciado.

RESUMO EXECUTIVO

Debe incluír:

Nome do proxecto: nome comercial ou provisional.

Descrición do produto ou servizo: en que consiste a oferta principal.

Problema ou necesidade que resolve: contexto ou desafío ao que da resposta.

Público obxectivo: o perfil de cliente ao que se dirixe.

Elementos diferenciadores: o que o fai único en comparación con outras propostas.

Obxectivos principais: obxectivos a curto e medio prazo.

Investimento necesario: estimación económica inicial para a súa posta en funcionamento.

DESCRICIÓN DO PROXECTO



Neste apartado explícase con máis detalle a idea de negocio, a súa orixe e as motivacións que a levaron á súa creación.

Non se trata só de describir o que se fará, senón de explicar o porqué do proxecto, o seu propósito e como se conecta coas necesidades do medio ambiente.

DESCRIPCIÓN DO PROXECTO

Debe incluír:



Xustificación da idea: que necesidade, carencia ou oportunidade de mercado deu lugar ao proxecto.



Historia ou motivación persoal: relato do proceso que levou á concepción da iniciativa, incluíndo as experiencias persoais, profesionais ou de aprendizaxe que a influíron.



Misión: propósito fundamental da empresa, é dicir, a razón pola que existe.



Visión: cara a onde quere chegar o proxecto a medio ou longo prazo.



Valores: principios que guían a forma de traballar e de relacionarse cos clientes, provedores ou a contorna.



Obxectivos xerais e específicos: principais metas e resultados concretos que se pretenden acadar (por exemplo, abrir un local, acadar un volume de vendas, xerar emprego local, etc.).

ANÁLISE DA CONTORNA E DO SECTOR



Este apartado ten como obxectivo situar o proxecto no contexto económico, xurídico, social e ambiental no que se desenvolverá, así como comprender a dinámica do sector ao que pertence.

Permite identificar oportunidades, riscos e factores externos que poden influír no éxito do negocio.

ANÁLISE AMBIENTAL E SECTORIAL

Debe incluír:

Situación actual do sector: datos clave sobre o estado do sector (volume, evolución, principais actores, perspectivas de crecemento).

Tendencias e oportunidades: cambios nos hábitos de consumo, innovación, dixitalización, sustentabilidade, etc., que se poden aproveitar.

Barreiras de entrada: obstáculos que dificultan a entrada no mercado (licenzas, investimento inicial elevado, competencia establecida...).

Requisitos legais e normativas: normativa específica que se debe cumprir (sanitaria, medioambiental, fiscal, licenzas de actividade...).

Análise PESTEL: avaliación de factores externos que afectan ao entorno empresarial.

ESTUDO DE MERCADO



O estudo de mercado permite unha análise en profundidade do entorno comercial no que se situará o proxecto, con especial atención ao comportamento dos clientes e á competencia existente.

O seu obxectivo é validar que existe unha demanda real e que o produto ou servizo responde a unha necesidade específica.

ESTUDO DE MERCADO

Debe incluír:



Segmentación do público obxectivo: división do mercado en grupos homoxéneos segundo criterios demográficos, xeográficos, socioeconómicos ou de comportamento.



Perfil do cliente ideal (buyer persona): descrición detallada do tipo de cliente ao que se dirixe o proxecto, incluíndo idade, poder adquisitivo, estilo de vida, intereses, necesidades e expectativas.



Necesidades, hábitos e comportamentos: o que busca o cliente, como consome, como obtén información e que factores inflúen na súa decisión de compra.



Tamaño do mercado potencial: estimación cuantitativa de cantas persoas ou entidades forman parte do público obxectivo, con datos reais ou aproximacións razoadas.



Competencia directa e indirecta: análise de empresas ou iniciativas que xa cobren esa necesidade, total ou parcialmente, no mesmo territorio ou en mercados similares.



Proposta de valor diferencial: unha explicación clara do que fai que o produto ou servizo sexa único e por que o cliente o elixirá por riba doutras opcións.

PLAN DE MÁRKETING E COMERCIALIZACIÓN



Esta sección define como se posicionará, promocionará e venderá o produto ou servizo no mercado.

O seu obxectivo é atraer clientes, xerar confianza e lograr vendas sostidas no tempo.

Un bo plan de mercadotecnia conecta o valor do produto coas necesidades do cliente e establece estratexias concretas para comunicalo e distribuílo de forma eficaz.

PLAN DE MÁRKETING E COMERCIALIZACIÓN

Debe incluír:

Estratexia de marca e posicionamento: como quere a empresa que os clientes a perciban (por exemplo: accesible, innovadora, sostible, exclusiva) e que atributos da marca se destacarán.

Política das 4P de mercadotecnia: Produto, Prezo, Distribución (Place), Comunicación (Promoción)

Canles de venda: espazos físicos ou dixitais onde se realizará a comercialización (tenda propia, mercados, redes sociais, sitio web, marketplaces, etc.).

Accións promocionais: campañas de lanzamento específicas, descontos, mostras gratuítas, concursos, colaboracións con outras marcas ou empresas, entre outras.

Calendario de mercadotecnia: planificación temporal das accións promocionais e de comunicación ao longo do ano, tendo en conta estacionalidades, eventos locais ou períodos clave de consumo.

MODELO DE NEGOCIO

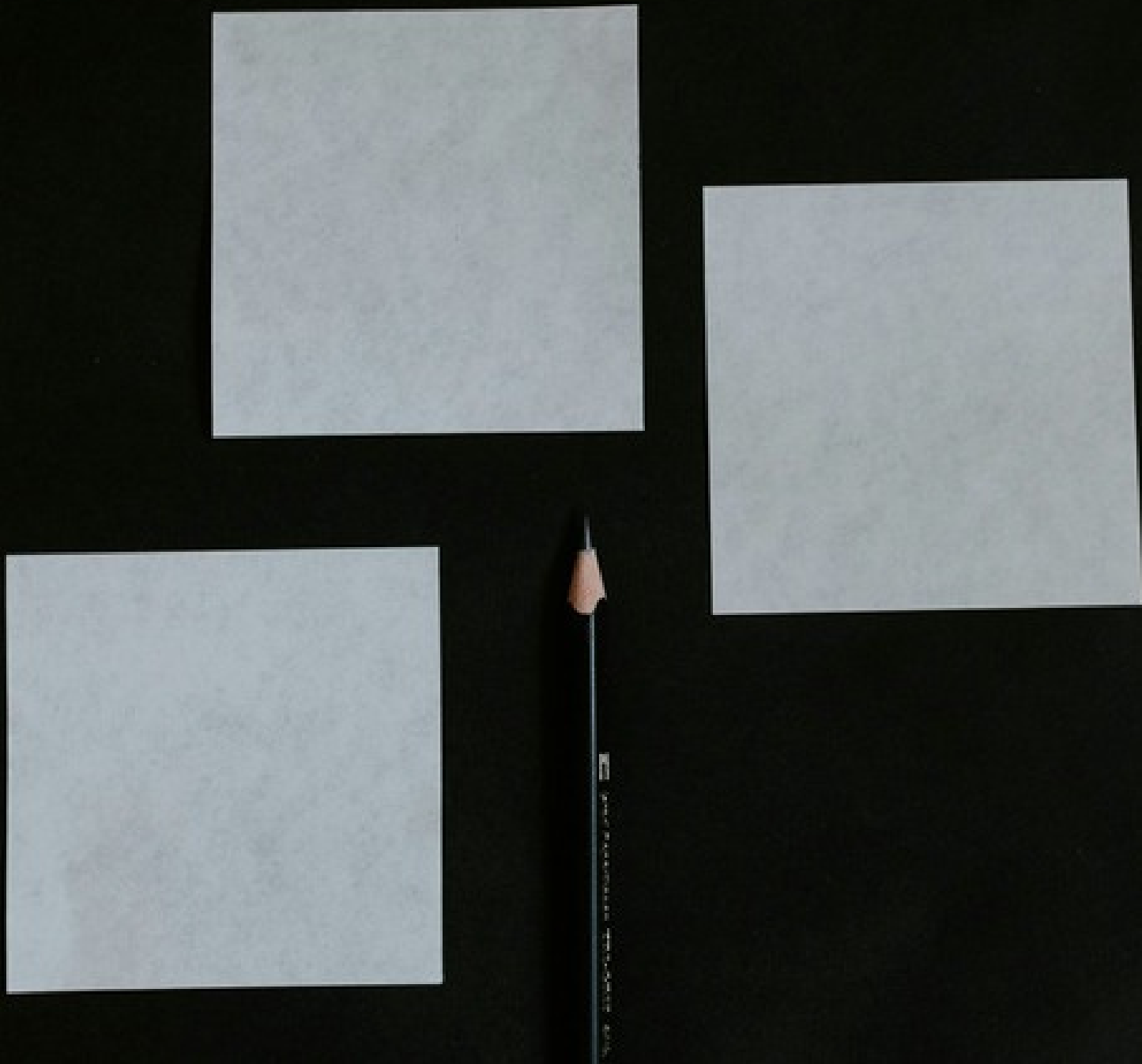


O modelo de negocio describe como funcionará o proxecto en termos operativos e económicos: que valor se ofrece, a quen, como se entrega e como se xeran os ingresos.



Unha ferramenta moi útil para estruturalo é o modelo Canvas, que permite representar de forma clara e visual os nove bloques fundamentais do negocio.

PLAN DE OPERACIÓN



O plan de operacións describe como funcionará a empresa na práctica, é dicir, a organización dos recursos materiais, humanos e técnicos necesarios para iniciar a actividade e garantir a súa continuidade.

Esta sección é fundamental para demostrar que o proxecto non só é viable sobre o papel, senón tamén executábel na vida cotiá.

PLAN DE OPERACIÓN

Debe incluir:

Localización da empresa: localización física (local comercial, obradoiro, espazo compartido, contorna rural ou urbana) e razóns da súa selección (accesibilidade, visibilidade, proximidade a clientes ou provedores, etc.).

Infraestruturas e equipamentos necesarios: instalacións, maquinaria, tecnoloxía, mobiliario, vehículos ou outros elementos esenciais para a actividade.

Procesos de produción ou prestación de servizos: pasos a seguir desde a adquisición de materias primas ou o inicio do servizo ata a entrega ao cliente final. Isto pode incluír tempos estimados, estándares de calidade, control de inventario, etc.

Provedores: lista de provedores clave, condicións de subministración, prazos, custos, localizacións e criterios de selección (proximidade, sustentabilidade, calidade...).

Necesidades de persoal: número de persoas necesarias, perfís profesionais, funcións e tipo de contratación (autónomos, persoal fixo, colaboracións externas, etc.).

PLAN ECONÓMICO E FINANCEIRO



Esta apartado presenta un resumen básico dos principais datos financeiros do proxecto.

O seu obxectivo é ofrecer unha primeira aproximación da viabilidade económica do negocio, anticipando canto investimento se necesita, cantos ingresos se esperan e cales serán os custos asociados.

PLAN DE OPERACIÓN

Debe incluir:



Investimento inicial estimado: desglose dos recursos necesarios para iniciar o negocio (equipamento, preparación das instalacións, licenzas, comercialización inicial, capital circulante...).



Previsión de ingresos e gastos: estimación mensual ou anual dos ingresos por vendas e dos gastos operativos previstos (persoal, subministracións, alugueiro, provedores, seguros, etc.).



Punto de equilibrio (*break even point*): cálculo do momento a partir do cal os ingresos cobren os custos totais, o que indica cando o negocio comezaría a xerar beneficios.



Rendibilidade estimada: previsión do beneficio neto que se obtería despois de cubrir todos os custos, expresada normalmente como porcentaxe do investimento inicial ou dos ingresos.

EQUIPO PROMOTOR



Este apartado presenta as persoas que lideran o proxecto, destacando o seu perfil profesional, a súa motivación e as habilidades que achegan. É fundamental demostrar que o equipo ten as capacidades necesarias para executar con éxito o plan de negocio.

Ter un equipo cualificado e comprometido aumenta a credibilidade do proxecto ante institucións financeiras, investidores e administracións.

EQUIPO PROMOTOR

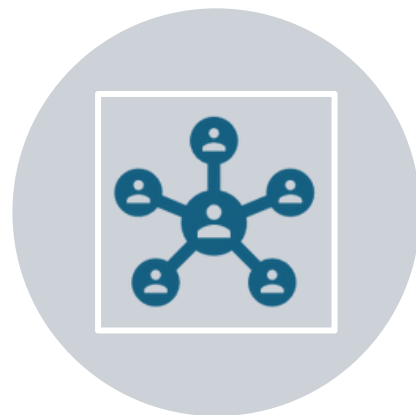
Debe incluír:



Perfil profesional do equipo emprendedor: descrición xeral de cada membro, con indicación da súa especialización ou campo profesional.



Educación e experiencia previa: estudos relacionados co negocio, historial laboral e proxectos anteriores que lle engadan valor á empresa.



Roles e responsabilidades: tarefas que cada persoa asumirá dentro do proxecto (xestión, produción, mercadotecnia, atención ao cliente, etc.).



Motivación e competencias: razóns que impulsan o emprendemento, habilidades excepcionais (liderado, creatividade, resolución de problemas, coñecemento técnico...) e como se complementan os perfís entre si.

ANÁLISE DAFO



A análise DAFO é unha ferramenta estratéxica que permite identificar os factores internos e externos que poden influír no desenvolvemento do proxecto.

O seu obxectivo é ofrecer unha visión realista do punto de partida, facilitando a toma de decisións e o deseño de estratexias adaptadas ao entorno e ás capacidades do negocio.

COMPONENTES DAFO



Fortalezas (internas): aspectos positivos do proxecto que representan unha vantaxe competitiva (experiencia, recursos propios, innovación, localización, rede de contactos...).

Debilidades (internas): limitacións que poderían dificultar o desenvolvemento do negocio (falta de financiamento, pouca experiencia, descoñecemento do mercado...).

Oportunidades (externas): elementos do contorno que poden favorecer o proxecto se se aproveitan axeitadamente (tendencias, cambios regulatorios, apoio institucional, dixitalización...).

Ameazas (externas): factores do contorno que poden representar un risco (competencia establecida, cambios na demanda, barreiras legais ou tecnolóxicas...).

COMPONENTES DAFO

DAFO

CAME



CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Neste apartado defínese o cronograma de execución do proxecto, detallando as principais fases, as actividades asociadas a cada unha delas e os tempos estimados para a súa execución.

A súa función é planificar de xeito realista o proceso de desenvolvemento empresarial, anticipando os recursos e as accións necesarias en cada etapa.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Debe incluir:



Fases clave: etapas como preparación inicial, lanzamiento do negocio, consolidación, crecimiento ou expansión.



Actividades por fase: tarefas específicas que se deben realizar en cada momento (busca de locais, adquisición de equipamentos, rexistro do negocio, campaña de lanzamiento, etc.).



Datas estimadas: calendario indicativo coas horas de inicio e fin de cada actividade ou fase.



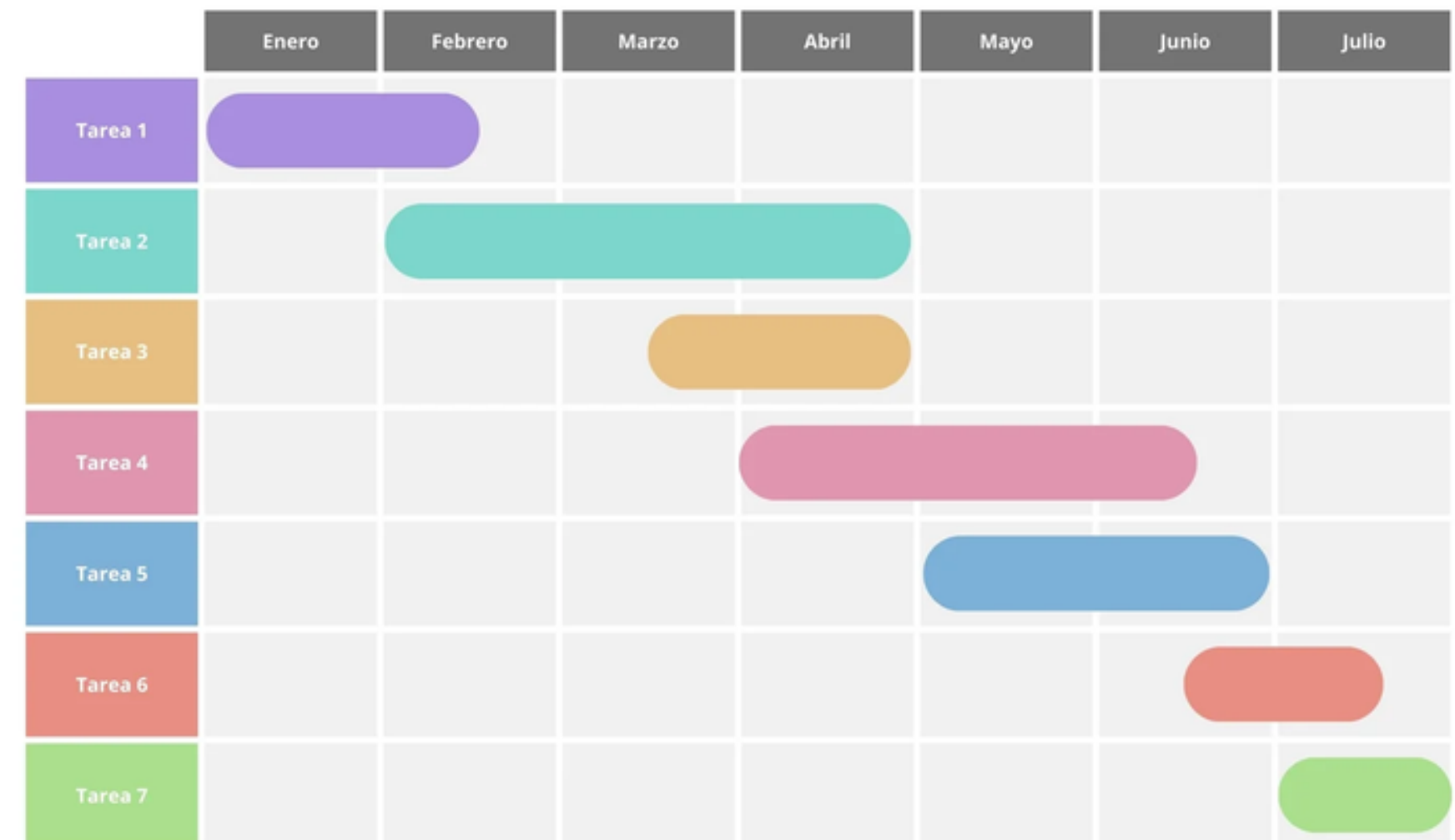
Fitos importantes: momentos clave no desenvolvemento do proxecto (sinatura do contrato, apertura ao público, primeiro pedido, recuperación do investimento...).

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Recoméndase usar unha táboa ou diagrama tipo Gantt para facilitar a visualización do cronograma. Esta ferramenta permite ver claramente que tarefas se executan en paralelo, cales se priorizan e canto tempo levará cada etapa.

Diagrama de Gantt

Herramienta de gestión de proyectos



NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO E FORMAS DE OBTELAS



Neste apartado preséntase unha estimación do financiamento total necesario para poñer en marcha o proxecto, diferenciando entre os recursos xa dispoñibles e as necesidades externas que deben satisfacerse por outros medios.

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO E FORMAS DE OBTENIDAS

Debe incluir:



Importe total necesario: suma de todos os investimentos e gastos iniciais (equipamento, acondicionamento, mercadotecnia, circulante...).



Aportacións propias: capital dispoñible do emprendedor ou do equipo promotor.



Necesidades externas: cantidade de financiamento que cómpre obter de fontes externas.



Posibles fontes de financiamento: vías previstas para cubrir estas necesidades, como préstamos bancarios, axudas públicas, investidores privados, microcréditos, crowdfunding, entre outras.

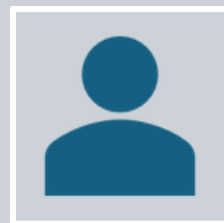
FERRAMENTAS DIXITAIS PARA DESENVOLVER UN PLAN DE NEGOCIOS



Unha das ferramentas máis innovadoras e eficaces para axudarche neste proceso é **LivePlan**.



É unha plataforma baseada en intelixencia artificial (IA) deseñada para facilitar a creación de plans de negocio profesionais.



LivePlan non só che guía paso a paso na creación do teu plan, senón que tamén che proporciona modelos personalizados, exemplos e ferramentas de análise.

FERRAMENTAS DIXITAIS PARA CREAR UN PLAN DE NEGOCIOS: LIVEPLAN



Desenvolver un plan de negocio estruturado: Desde a descrición do negocio ata os obxectivos financeiros, LivePlan guíate a través de cada sección do teu plan.



Crear proxeccións financeiras realistas: a ferramenta conta con modelos financeiros que che permiten facer proxeccións de ingresos, gastos, fluxo de caixa e outros aspectos clave.



Acceder a modelos profesionais: non terás que comezar de cero. LivePlan ofrece modelos que podes personalizar segundo o teu sector e as túas necesidades.



Monitorizar o progreso: a ferramenta permitirache facer un seguimento continuo dos teus obxectivos, axustando o plan a medida que o teu proxecto medra e evoluciona.

FERRAMENTAS DIXITAIS PARA DESENVOLVER UN PLAN DE NEGOCIOS

LivePlan

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO:
<https://www.youtube.com/watch?v=tsXVtOcV824>



**Start
planning
with LivePlan**

PLAN ECONÓMICO FINANCEIRO

O **plan económico - financeiro** é unha ferramenta fundamental para avaliar a viabilidade dun proxecto empresarial desde unha perspectiva numérica. Permite estimar o investimento necesario, prever ingresos e gastos, calcular beneficios e anticipar posibles problemas de liquidez.

Máis alá das cifras, o plan financeiro permite ao emprendedor tomar decisións informadas, axustar o seu modelo de negocio e planificar un crecemento sostible.

QUE OBXECTIVOS TEÑEN UN PLAN ECONÓMICO FINANCEIRO?

Cuantificar o investimento inicial necesario.

Prever os ingresos e os gastos da empresa nos seus primeiros anos.

Estimar a rendibilidade esperada.

Calcular o punto de equilibrio.

Identificar as necesidades de tesourería mes a mes.

Detectar posibles desequilibrios ou riscos financeiros.

COMO REALIZAR UN PLAN ECONÓMICO FINANCIERO?

**Abre o modelo de Excel
compartido e crea o teu
Plan Económico-
Financeiro.**

Plantilla para el análisis económico-financiero

Nombre del emprendedor:

Denominación del proyecto:

Análisis realizado para:

Plantilla creada por Víctor Manuel Sixto Sanjosé.

FERRAMENTAS DIXITAIS PARA A XESTIÓN FINANCEIRA



Un emprendedor non precisa ser contable nin experto financeiro para xestionar eficazmente as finanzas do seu negocio.

Existen numerosas ferramentas que permiten automatizar a xestión financeira, a facturación, o control de gastos, o cálculo de impostos, os cobros e os pagamentos, dun xeito accesible, intuitivo e legal.

FERRAMENTAS DIXITAIS PARA A XESTIÓN FINANCEIRA

Para que se usan estas ferramentas?

Elaborar e enviar facturas dixitais que cumpran todos os requisitos legais.

Controlar ingresos, gastos e beneficios por mes, ano ou liña de negocio.

Preparar modelos fiscais (IVE, IRPF...).

Levar unha contabilidade sencilla e automatizada.

Analizar a rendibilidade de produtos e servizos.

Calcular e programar pagamentos a provedores e cobramentos a clientes.

Integrarse co banco ou con plataformas como Stripe ou PayPal.

FERRAMENTAS RECOMENDADAS PARA EMPREENDEDORES RURAIS E TURÍSTICOS

1. FacturaDirecta - <https://www.facturadirecta.com>

Ideal para autónomos e microempresas.

Permite emitir facturas, orzamentos, controlar gastos e presentar impostos.

Moi doado de usar.

Compatible con asesorías.

Exemplo crear unha factura: <https://help.facturadirecta.com/es/articles/1070814-crear-una-facturae>

Exemplo de uso: Carmen, que ofrece rutas de sendeirismo e picnic de km 0 en Yeste, emite orzamentos previos e facturas a través do seu teléfono móbil despois de cada saída. Ademais, leva un rexistro do combustible e os materiais comprados para garantir as deducións fiscais axeitadas.

FERRAMENTAS RECOMENDADAS PARA EMPREENDEDORES RURAIS E TURÍSTICOS

2. Quipu - <https://getquipu.com>

Especializada en fiscalidade e contabilidade simplificada.

Xera automaticamente modelos como 303, 130 ou 111.

Moi útil para aqueles que traballan con xestoría en liña.

Exemplo de uso: Javier, apicultor e guía de interpretación ambiental en Elche de la Sierra, ten clientes directos e clientes a través de axencias. Con Quipu, xestiona facturas con retención de impostos e prepara declaracións trimestrais do IRPF e do IVE en segundos.

FERRAMENTAS RECOMENDADAS PARA EMPREENDEDORES RURAIS E TURÍSTICOS

3. Holded - <https://www.holded.com>

Máis completo
(deseñado para
empresas en
crecemento).

Inclúe xestión de
stock, CRM, nóminas,
proxectos, etc.

Ideal para cooperativas
ou empresas con
varios socios.

Exemplo de uso: Unha cooperativa de produtores en Letur que tamén organiza visitas a granxas usa Holded para xestionar a súa tenda en liña, reservas de visitas e o control de stock de marmeladas e aceites.

FERRAMENTAS DIXITAIS PARA EMPREENDEDORES

Holded

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO
VÍDEO:
[https://www.youtube.com/watch
?v=rflxl0QE14A](https://www.youtube.com/watch?v=rflxl0QE14A)



FERRAMENTAS RECOMENDADAS PARA EMPREENDEDORES RURAIS E TURÍSTICOS

4. Contasimple - <https://www.contasimple.com>

Moi sinxelo e económico.

Deseñado para autónomos individuais.

Podes conectarte ao sistema da AEAT.

Exemplo de uso: Teresa, que aluga habitacións e organiza obradoiros de cerámica en Ayna, usa Contasimple para declarar os seus ingresos e controlar os seus gastos mensuais en materiais e limpeza.