

# Emprendedores: Plan de Negocio y Plan Económico - Financiero

# ÍNDICE

<b>01</b>	<b>Módulo 01 – ¿Qué es un Plan de Negocio?</b>	
	¿Por qué es importante elaborar un plan de negocio? .....	07
	¿Qué contiene un plan de negocio? .....	07
	Resumen ejecutivo .....	08
	Descripción del proyecto .....	10
	Análisis del sector .....	12
	Estudio de mercado .....	14
	Plan de marketing y comercialización .....	16
	Modelo de negocio .....	18
	Plan de operaciones .....	20
	Plan económico-financiero .....	22
	Equipo promotor .....	24
	Análisis DAFO .....	26
	Calendario de implementación .....	29
	Necesidades de financiación y vías de obtención .....	32
<b>02</b>	<b>Módulo 02 – Plan económico-financiero</b>	
	¿Qué objetivos tiene un plan económico-financiero? .....	38
	¿Cómo realizar el plan económico-financiero? .....	39
	Herramientas digitales para la gestión financiera .....	40

# MÓDULO 01

# ¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIO?

Un plan de negocio es un documento que recoge de forma estructurada toda la información clave sobre un proyecto empresarial: qué se va a ofrecer, a quién, cómo se va a producir, cómo se va a vender, cuánto costará ponerlo en marcha y qué rentabilidad se espera obtener.

No se trata de un simple informe, sino de una herramienta estratégica que permite organizar ideas, tomar decisiones fundamentadas y anticipar escenarios.

# ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO?

Permite reflexionar en profundidad sobre la idea emprendedora.

Facilita la detección de errores, carencias o necesidades antes de iniciar el proyecto.

Sirve como hoja de ruta para las distintas etapas del desarrollo empresarial.

Aporta claridad sobre la inversión necesaria y las expectativas de ingresos.

Es un documento clave para solicitar ayudas, acceder a financiación o buscar alianzas.

# RESUMEN EJECUTIVO



El resumen ejecutivo es una síntesis clara y concisa del plan de negocio, que se redacta una vez finalizado todo el documento, pero se sitúa al principio por su función introductoria.

Su objetivo es ofrecer una visión rápida del proyecto, destacando los aspectos clave que lo hacen viable, atractivo y diferenciado.

# RESUMEN EJECUTIVO

Debe incluir:

**Nombre del proyecto:** denominación comercial o provisional.

**Descripción del producto o servicio:** en qué consiste la oferta principal.

**Problema o necesidad que resuelve:** contexto o reto al que da respuesta.

**Público objetivo:** perfil de clientes al que se dirige.

**Elementos diferenciales:** lo que lo hace único frente a otras propuestas.

**Objetivos principales:** metas a corto y medio plazo.

**Inversión requerida:** estimación económica inicial para ponerlo en marcha.

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



En este apartado se expone con mayor profundidad la idea de negocio, su origen y las motivaciones que hay detrás de su creación.

No se trata solo de describir qué se va a hacer, sino de explicar el porqué del proyecto, su razón de ser y cómo se conecta con las necesidades del entorno.

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Debe incluir:



**Justificación de la idea:** qué necesidad, carencia u oportunidad del mercado ha dado origen al proyecto.



**Historia o motivación personal:** relato del proceso que llevó a concebir la iniciativa, incluyendo experiencias personales, profesionales o aprendizajes que hayan influido.



**Misión:** propósito fundamental del negocio, es decir, para qué existe.



**Visión:** hacia dónde quiere llegar el proyecto en el medio o largo plazo.

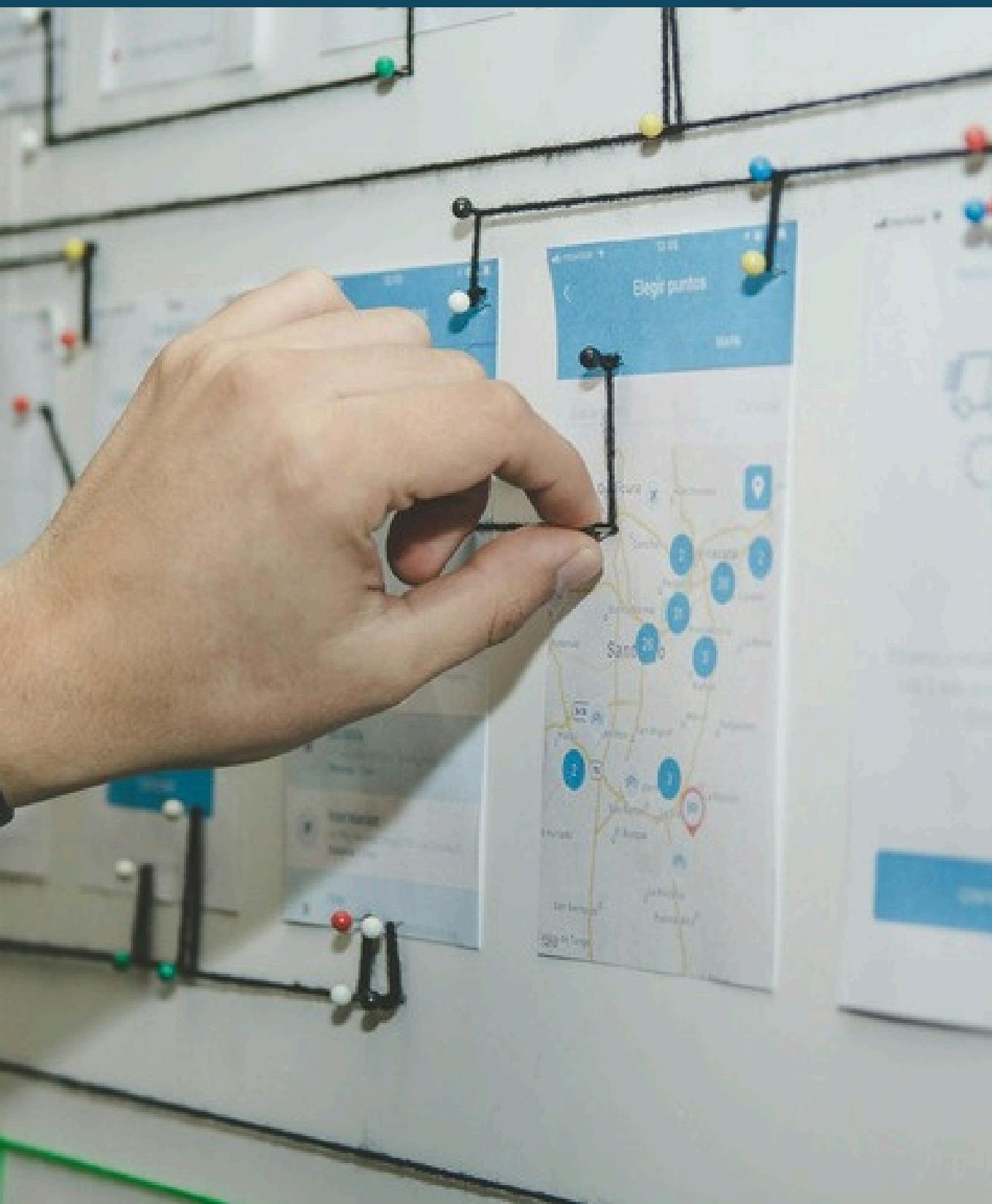


**Valores:** principios que guían la forma de trabajar y relacionarse con clientes, proveedores o el entorno.



**Objetivos generales y específicos:** metas principales y resultados concretos que se pretenden alcanzar (por ejemplo, abrir un local, alcanzar un volumen de ventas, generar empleo local, etc.).

# ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR



Este apartado tiene como objetivo situar el proyecto en el contexto económico, legal, social y ambiental en el que va a desarrollarse, así como entender las dinámicas del sector al que pertenece. Permite identificar oportunidades, riesgos y factores externos que pueden influir en el éxito del negocio.

# ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

Debe incluir:

**Situación actual del sector:** datos clave sobre el estado del sector (volumen, evolución, actores principales, perspectivas de crecimiento).

**Tendencias y oportunidades:** cambios en hábitos de consumo, innovación, digitalización, sostenibilidad, etc., que puedan aprovecharse.

**Barreras de entrada:** obstáculos que dificultan la entrada al mercado (licencias, inversión inicial elevada, competencia consolidada...).

**Requisitos legales y normativos:** normativa específica que debe cumplirse (sanitaria, medioambiental, fiscal, licencias de actividad...).

**Análisis PESTEL:** evaluación de factores externos que afectan al entorno del negocio

# ESTUDIO DE MERCADO



El estudio de mercado permite analizar a fondo el entorno comercial en el que se insertará el proyecto, con especial atención al comportamiento del cliente y a la competencia existente.

Su objetivo es validar que existe una demanda real y que el producto o servicio responde a una necesidad concreta.

# ESTUDIO DE MERCADO

Debe incluir:



**Segmentación del público objetivo:** división del mercado en grupos homogéneos según criterios demográficos, geográficos, socioeconómicos o de comportamiento.



**Perfil del cliente ideal** (buyer persona): descripción detallada del tipo de cliente al que se dirige el proyecto, incluyendo edad, nivel adquisitivo, estilo de vida, intereses, necesidades y expectativas.



**Necesidades, hábitos y comportamientos:** qué busca el cliente, cómo consume, cómo se informa y qué factores influyen en su decisión de compra.



**Tamaño del mercado potencial:** estimación cuantitativa de cuántas personas o entidades forman parte del público objetivo, con datos reales o aproximaciones razonadas.



**Competencia directa e indirecta:** análisis de las empresas o iniciativas que ya cubren esa necesidad, de forma total o parcial, en el mismo territorio o en mercados similares.



**Propuesta de valor diferencial:** explicación clara de qué hace único al producto o servicio y por qué el cliente lo elegirá frente a otras opciones.

# PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN



Este apartado define cómo se va a posicionar, promocionar y vender el producto o servicio en el mercado.

Su finalidad es atraer clientes, generar confianza y conseguir ventas sostenidas en el tiempo.

Un buen plan de marketing conecta el valor del producto con las necesidades del cliente y establece estrategias concretas para comunicarlo y distribuirlo eficazmente.

# PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

Debe incluir:

**Estrategia de marca y posicionamiento:** cómo se quiere que perciban el negocio los clientes (por ejemplo: cercano, innovador, sostenible, exclusivo) y qué atributos de marca se van a potenciar.

**Política de las 4P del marketing:** Producto, Precio, Distribución (Place), Comunicación (Promoción)

**Canales de venta:** espacios físicos o digitales donde se realizará la comercialización (tienda propia, mercados, redes sociales, página web, marketplaces, etc.).

**Acciones promocionales:** campañas concretas de lanzamiento, descuentos, muestras gratuitas, concursos, colaboraciones con otras marcas o comercios, entre otras.

**Calendario de marketing:** planificación temporal de las acciones promocionales y comunicativas a lo largo del año, teniendo en cuenta estacionalidades, eventos locales o períodos clave de consumo.

# MODELO DE NEGOCIO

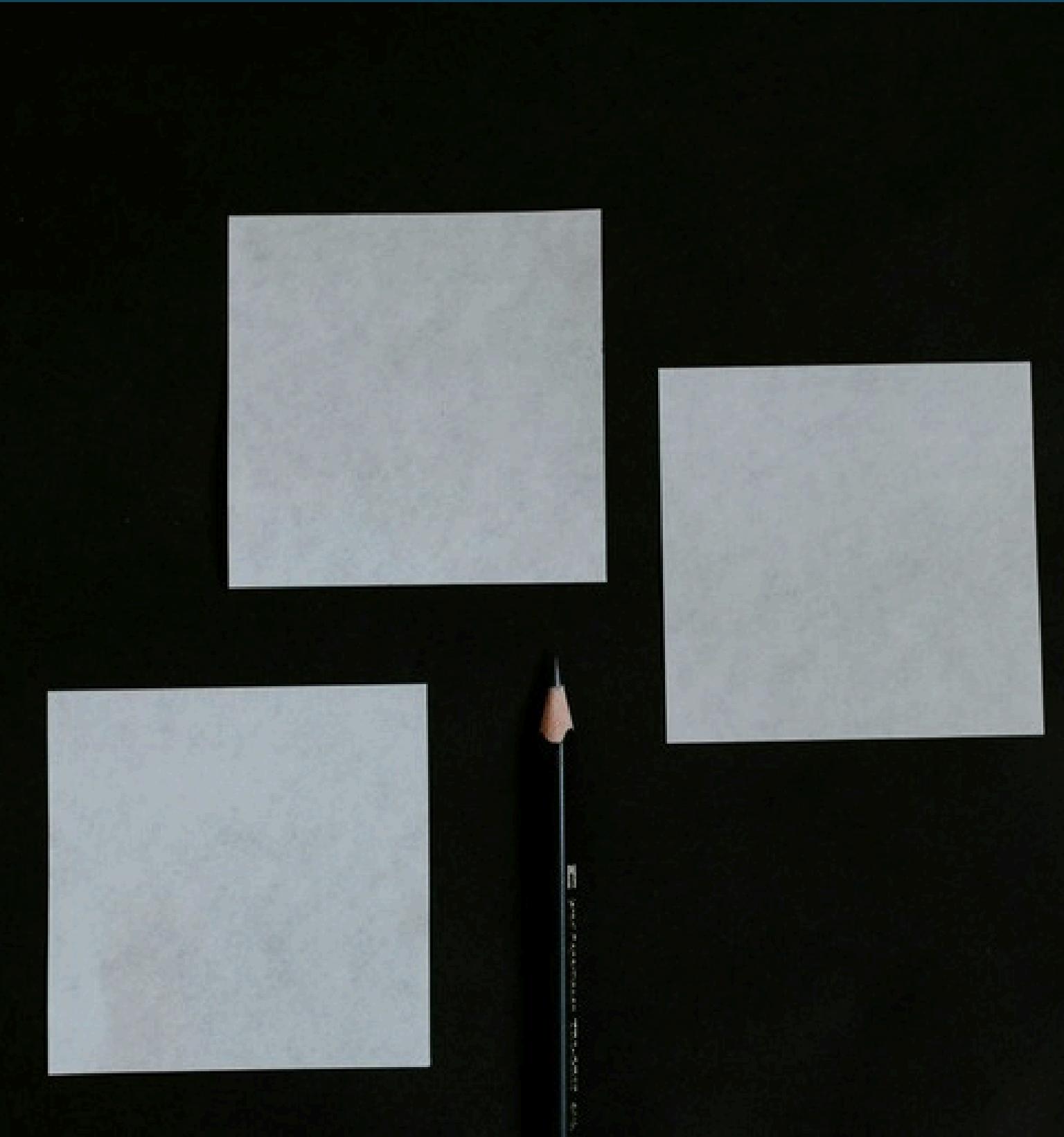


El modelo de negocio describe cómo va a funcionar el proyecto en términos operativos y económicos: qué valor se ofrece, a quién, cómo se entrega y de qué manera se obtienen ingresos.

Una herramienta muy útil para estructurarlo es el modelo Canvas, que permite representar de forma clara y visual los nueve bloques fundamentales del negocio.



# PLAN DE OPERACIONES



El plan de operaciones describe cómo va a funcionar el negocio en la práctica, es decir, la organización de los recursos materiales, humanos y técnicos necesarios para poner en marcha la actividad y garantizar su continuidad. Este apartado es fundamental para demostrar que el proyecto no solo es viable en papel, sino también ejecutable en el día a día.

# PLAN DE OPERACIONES

Debe incluir:

**Localización del negocio:** ubicación física (local comercial, taller, espacio compartido, entorno rural o urbano) y razones de su elección (accesibilidad, visibilidad, cercanía a clientes o proveedores, etc.).

**Infraestructura y equipamiento necesario:** instalaciones, maquinaria, tecnología, mobiliario, vehículos u otros elementos imprescindibles para la actividad.

**Procesos de producción o prestación del servicio:** pasos que se seguirán desde la adquisición de materia prima o inicio del servicio hasta la entrega al cliente final. Puede incluir tiempos estimados, estándares de calidad, control de inventarios, etc.

**Proveedores:** listado de proveedores clave, condiciones de suministro, plazos, costes, ubicaciones y criterios de selección (proximidad, sostenibilidad, calidad...).

**Necesidades de personal:** número de personas necesarias, perfiles profesionales, funciones y tipo de contratación (autónomos, plantilla fija, colaboraciones externas, etc.).

# PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO



Este apartado presenta un resumen básico de los principales datos financieros del proyecto.

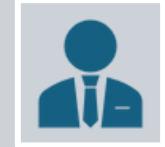
Su objetivo es ofrecer una primera aproximación a la viabilidad económica del negocio, anticipando cuánto se necesita invertir, cuánto se espera ingresar y cuáles serán los costes asociados.

# PLAN DE OPERACIONES

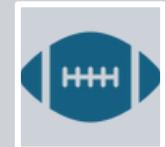
Debe incluir:



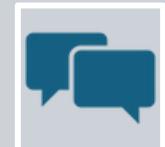
**Inversión inicial estimada:** desglose de los recursos necesarios para poner en marcha el negocio (equipamiento, acondicionamiento del local, licencias, marketing inicial, capital circulante...).



**Previsión de ingresos y gastos:** estimación mensual o anual de los ingresos esperados por ventas y los gastos operativos (personal, suministros, alquileres, proveedores, seguros, etc.).



**Punto de equilibrio (break even point):** cálculo del momento a partir del cual los ingresos cubren los costes totales, lo que indica cuándo el negocio empezaría a generar beneficios.



**Rentabilidad estimada:** previsión sobre el beneficio neto que se obtendría tras cubrir todos los costes, generalmente expresado como porcentaje sobre la inversión inicial o sobre los ingresos.

# EQUIPO PROMOTOR



Este apartado presenta a las personas que lideran el proyecto, destacando su perfil profesional, su motivación y las competencias que aportan. Es fundamental para mostrar que el equipo tiene la capacidad necesaria para ejecutar el plan de negocio con éxito. Contar con un equipo cualificado y comprometido aumenta la credibilidad del proyecto ante entidades financieras, inversores y administraciones

# EQUIPO PROMOTOR

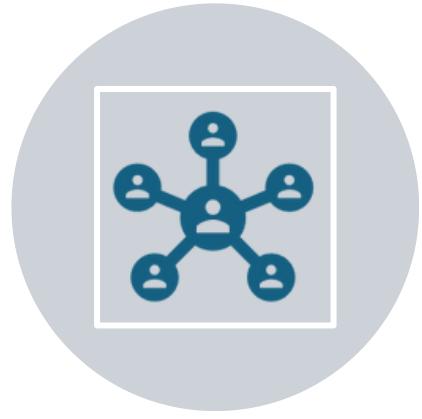
Debe incluir:



**Perfil profesional del equipo emprendedor:** descripción general de cada integrante, indicando su especialización o campo profesional.



**Formación y experiencia previa:** estudios relacionados con el negocio, trayectoria laboral y proyectos anteriores que aporten valor al emprendimiento.



**Roles y responsabilidades:** tareas que asumirá cada persona dentro del proyecto (gestión, producción, marketing, atención al cliente, etc.).



**Motivación y competencias:** razones que impulsan a emprender, habilidades destacadas (liderazgo, creatividad, resolución de problemas, conocimiento técnico...), y cómo se complementan los perfiles entre sí.

# ANÁLISIS DAFO



El análisis DAFO es una herramienta estratégica que permite identificar los factores internos y externos que pueden influir en el desarrollo del proyecto. Su objetivo es ofrecer una visión realista del punto de partida, facilitando la toma de decisiones y el diseño de estrategias adaptadas al entorno y a las capacidades del negocio.

# COMPONENTES DEL DAFO



**Fortalezas (internas)**: aspectos positivos del proyecto que suponen una ventaja competitiva (experiencia, recursos propios, innovación, ubicación, red de contactos...).

**Debilidades (internas)**: limitaciones que podrían dificultar el desarrollo del negocio (falta de financiación, poca experiencia, desconocimiento del mercado...).

**Oportunidades (externas)**: elementos del entorno que pueden favorecer el proyecto si se aprovechan adecuadamente (tendencias, cambios normativos, apoyo institucional, digitalización...).

**Amenazas (externas)**: factores del entorno que pueden representar un riesgo (competencia consolidada, cambios en la demanda, barreras legales o tecnológicas...).

# COMPONENTES DEL DAFO



# CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Este apartado define el cronograma de puesta en marcha del proyecto, detallando las fases principales, las actividades asociadas a cada una de ellas y los tiempos estimados para su ejecución.

Su función es planificar con realismo el proceso de desarrollo del negocio, anticipando los recursos y acciones necesarias en cada etapa.

# CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Debe incluir:



**Fases clave:** etapas como preparación inicial, lanzamiento del negocio, consolidación, crecimiento o expansión.



**Actividades por fase:** tareas específicas que se deben realizar en cada momento (búsqueda de local, adquisición de equipamiento, registro del negocio, campaña de lanzamiento, etc.).



**Fechas estimadas:** calendario orientativo con los tiempos de inicio y finalización de cada actividad o fase.



**Hitos importantes:** momentos clave en el desarrollo del proyecto (firma de contrato, apertura al público, primer pedido, recuperación de inversión...).

# CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Se recomienda utilizar una tabla o diagrama tipo Gantt para facilitar la visualización del cronograma. Esta herramienta permite ver de forma clara qué tareas se ejecutan en paralelo, cuáles son prioritarias y cuánto tiempo tomará cada etapa

**Diagrama de Gantt**  
Herramienta de gestión de proyectos



# NECESIDADES DE FINANCIACIÓN Y VÍAS DE OBTENCIÓN



Este apartado presenta una estimación de la financiación total necesaria para poner en marcha el proyecto, diferenciando entre los recursos propios con los que ya se cuenta y las necesidades externas que deben cubrirse mediante otras vías.

# NECESIDADES DE FINANCIACIÓN Y VÍAS DE OBTENCIÓN

Debe incluir:



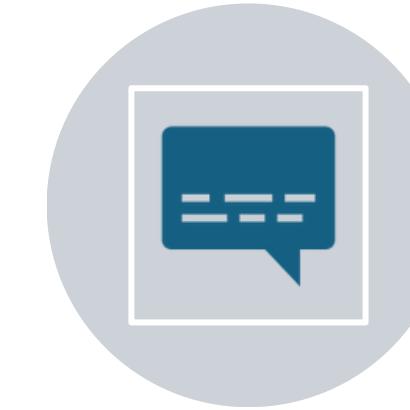
**Importe total necesario:** suma de todas las inversiones y gastos iniciales (equipamiento, acondicionamiento, marketing, circulante...).



**Aportaciones propias:** capital disponible por parte del emprendedor o del equipo promotor.



**Necesidades externas:** cantidad de financiación que se necesita obtener de fuentes externas.



**Posibles fuentes de financiación:** vías previstas para cubrir esas necesidades, como préstamos bancarios, ayudas públicas, inversores privados, microcréditos, crowdfunding, entre otras.

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO



Una de las herramientas más innovadoras y efectivas para ayudarte en este proceso es **LivePlan**.



Se trata de una plataforma basada en inteligencia artificial (IA) diseñada para facilitar la creación de planes de negocio profesionales.



LivePlan no solo te guía paso a paso en la elaboración de tu plan, sino que también te proporciona plantillas personalizadas, ejemplos y herramientas de análisis.

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO: LIVEPLAN



**Desarrollar un plan de negocio estructurado:** desde la descripción del negocio hasta los objetivos financieros, LivePlan te guía a través de cada sección de tu plan.



**Crear proyecciones financieras realistas:** la herramienta cuenta con modelos financieros que te permiten hacer proyecciones de ingresos, gastos, flujo de caja y otros aspectos clave.



**Acceder a plantillas profesionales:** no tendrás que empezar desde cero. LivePlan ofrece plantillas que puedes personalizar según tu sector y necesidades.



**Monitorear el progreso:** la herramienta te permitirá hacer un seguimiento continuo de tus objetivos, ajustando el plan a medida que tu proyecto crece y evoluciona.

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO

LivePlan

ENLACE PARA ACCEDER AL  
VIDEO:  
[https://www.youtube.com/watch  
?v=tsXVtOcV824](https://www.youtube.com/watch?v=tsXVtOcV824)

Start  
planning  
with LivePlan

# PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El plan económico-financiero es una herramienta clave para evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial desde el punto de vista numérico. Permite estimar la inversión necesaria, prever los ingresos y gastos, calcular beneficios y anticipar posibles problemas de liquidez.

Más allá de las cifras, el plan financiero permite a la persona emprendedora tomar decisiones fundamentadas, ajustar su modelo de negocio y planificar el crecimiento de forma sostenible.

# ¿QUÉ OBJETIVOS TIENE UN PLAN ECONÓMICO FINANCIERO?

Cuantificar la inversión inicial necesaria.

Prever los ingresos y gastos del negocio en sus primeros años.

Estimar la rentabilidad esperada.

Calcular el punto de equilibrio.

Identificar las necesidades de tesorería mes a mes.

Detectar posibles desequilibrios o riesgos financieros.

# ¿CÓMO REALIZAR EL PLAN ECONÓMICO FINANCIERO?

**Abre la plantilla de Excel compartida y realiza tu Plan Económico – Financiero.**

## Plantilla para el análisis económico-financiero

Nombre del emprendedor:

Denominación del proyecto:

Análisis realizado para:

Plantilla creada por Víctor Manuel Sixto Sanjosé.

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN FINANCIERA



Un emprendedor no necesita ser contable ni financiero para llevar un control económico eficaz de su negocio.

Existen numerosas herramientas que permiten automatizar la gestión financiera, la facturación, el control de gastos, el cálculo de impuestos, los cobros y pagos, de forma accesible, intuitiva y legal.

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN FINANCIERA

¿Para qué sirven estas herramientas?

Elaborar y enviar facturas digitales con todos los requisitos legales.

Controlar ingresos, gastos y beneficios por mes, año o línea de negocio.

Preparar modelos fiscales (IVA, IRPF...).

Llevar una contabilidad sencilla y automatizada.

Analizar la rentabilidad de productos y servicios.

Calcular y programar pagos a proveedores y cobros a clientes.

Integrarse con el banco o con plataformas como Stripe o PayPal.

# HERRAMIENTAS RECOMENDADAS PARA EMPRENDEDORES RURALES Y TURÍSTICOS

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

Ideal para autónomos y microempresas.

Permite emitir facturas, presupuestos, controlar gastos y presentar impuestos.

Muy fácil de usar.

Compatible con asesorías.

Ejemplo crear una factura:

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

*Ejemplo de uso:* Carmen, que ofrece rutas de senderismo y picnic de kilómetro cero en Yeste, emite presupuestos previos y facturas con su móvil tras cada salida. Además, lleva un registro de gasolina y materiales comprados para deducirlos correctamente.

# HERRAMIENTAS RECOMENDADAS PARA EMPRENDEDORES RURALES Y TURÍSTICOS

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

Especializado en fiscalidad y contabilidad simplificada.

Genera automáticamente modelos como el 303, 130 o 111.

Muy útil para quienes trabajan con gestoría online.

*Ejemplo de uso: Javier, apicultor y guía de interpretación ambiental en Elche de la Sierra, tiene clientes directos y a través de agencias. Con Quipu gestiona facturas con retención y prepara en segundos los modelos trimestrales de IRPF e IVA.*

# HERRAMIENTAS RECOMENDADAS PARA EMPRENDEDORES RURALES Y TURÍSTICOS

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

Más completo (pensado para negocios que crecen).

Incluye gestión de stock, CRM, nóminas, proyectos, etc.

Ideal para cooperativas o negocios con varios socios.

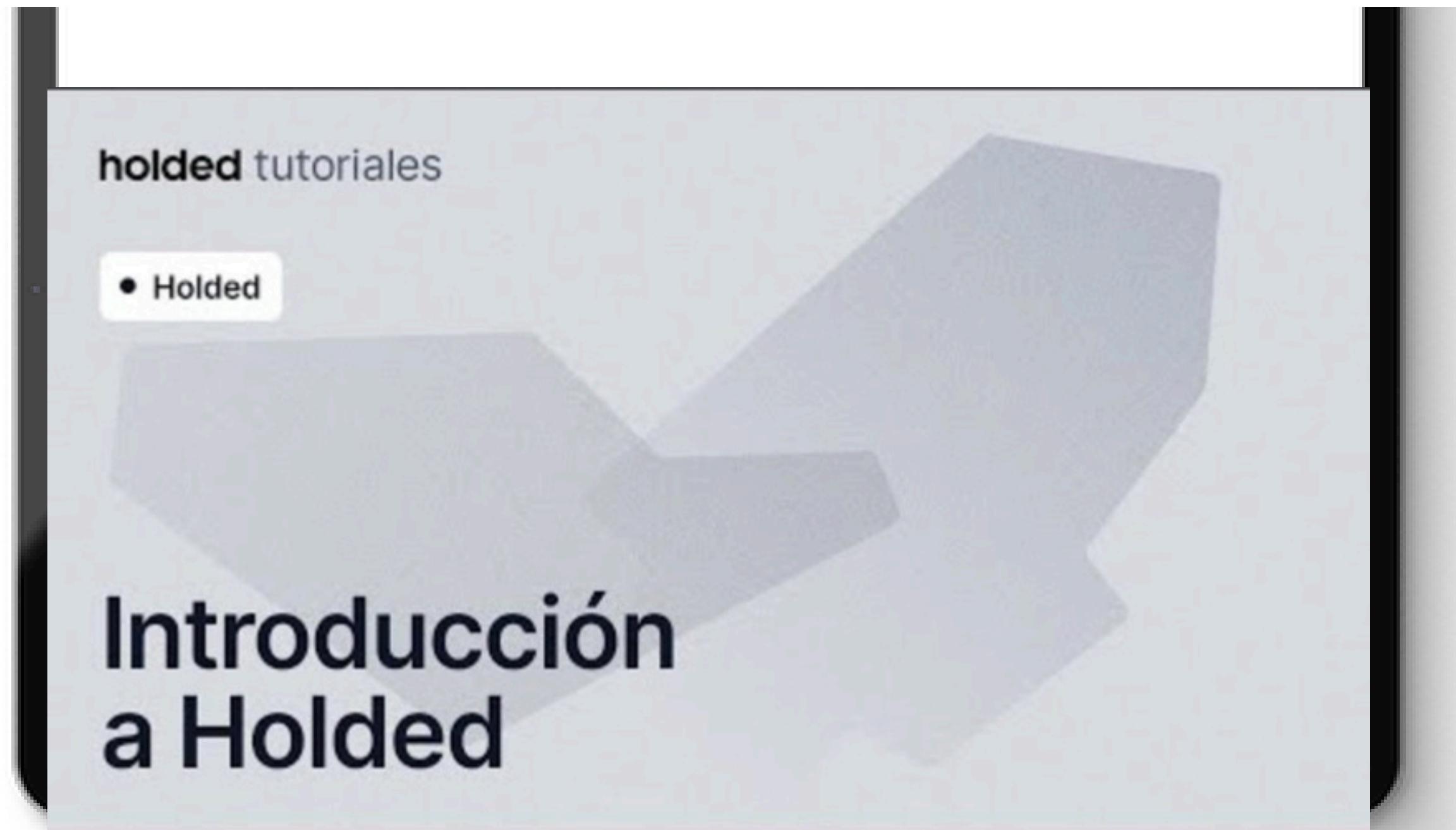
*Ejemplo de uso: Una cooperativa de productores en Letur que también organiza visitas a la finca usa Holded para gestionar su tienda online, las reservas de visitas y el control de stock de mermeladas y aceites.*

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EMPRENDEDORES

Holded

ENLACE PARA ACCEDER AL  
VIDEO:

[https://www.youtube.com/watch  
?v=rflxI0QE14A](https://www.youtube.com/watch?v=rflxI0QE14A)



# HERRAMIENTAS RECOMENDADAS PARA EMPRENDEDORES RURALES Y TURÍSTICOS

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

Muy sencillo y económico.

Pensado para autónomos individuales.

Puede conectarse con el sistema de la AEAT.

*Ejemplo de uso: Teresa, que alquila habitaciones y organiza talleres de cerámica en Ayna, utiliza Contasimple para declarar sus ingresos y controlar sus gastos mensuales de materiales y limpieza.*