

Com fer el
pla
d'empresa



Consideracions prèvies

En quina fase estem?

- 1** Ideació
Briefing
Les primeres passes per emprendre
- 2** Modelització
Canvas
Valida la teva idea de negoci
- 3** Planificació
Pla d'empresa
Planifica el teu projecte
- 4** Execució
Full de ruta
Eines pràctiques de gestió

Consideracions prèvies

Recomanacions generals



Orientació del document a l'acció; no anàlisi teòric



Contingut dinàmic (va canviant); algunes fases s'hauran d'abordar en paral·lel



Important coherència entre apartats tècnics i econòmics



Utilitzar els interactius de la eina; exemples, pistes, conceptes...

Pla d'Empresa ONLINE

Pla

| Exemples

| Conceptes

| Pistes

| Eines

| Notes

| Recursos

Presentació

Definició del negoci
El/la promotor/a

Màrqueting

Producció i qualitat

Organització i gestió

Juridicofiscal

Economicofinancera

Valoració

Presentació

En aquesta primera àrea, has de presentar l'activitat que vols realitzar.

Per fer-ho has d'explicar:

- En què consistirà el teu negoci.
- On està el negoci, quina oportunitat has identificat.
- Quines són les persones que emprenen el negoci i la seva funció.

Pensa que estàs **presentant el teu projecte**. I, ja saps, la primera persona que t'interessa (soci/sòcia, inversor/a, banc...) s'interessa per tu.

Què esperes per començar a treballar?

Equip Promotor

Parlem de

1. Perfils persona emprendedora (experiència prèvia, coneixement sector, habilitats)
2. Complementarietat
3. Core Business

Recursos



IdeaLAB

Testea tus ideas, genera otras nuevas y conviértelas en propuestas de valor.




Focus Emprèn

Descubre tu perfil emprendedor y mejora las habilidades para el éxito.

Activitats


- COMERCAT
- Cóm evitar el futur conflicte entre persones sòcies





Barcelona Activa

Pla d'Empresa ONLINE



[Pla](#) | [Exemples](#) | [Conceptes](#) | [Pistes](#) | [Eines](#) | [Notes](#) | [Recurso](#)s

Màrqueting

En aquesta àrea definiràs la teva estratègia comercial. Per fer-ho, has d'analitzar:

- Quins són els **productes i serveis** que penses oferir.
- Quina serà la teva **clientela i/o consumidor**.
- Quina serà la teva possible **competència**.
- Quin serà el **preu de cost** i el **preu de venda** del teu producte i servei.
- Quins canals de **distribució** utilitzaràs.
- Com et donaràs a **conèixer**.

Quan hagi acabat d'escriure aquesta part del teu pla d'empresa, tindràs clar **quins són i com són tots els productes i se** oferir, a més de **com funciona el mercat** en què treballaràs.

És una tasca dura però apassionant, així que...a investigar!

Màrqueting

- Producte i servei
- Descripció del producte i servei
- Necessitats
- Aspectes diferencials
- Nous productes i serveis
- Mercat
- Competència
- Preu
- Distribució
- Promoció
- Previsions de vendes

Definició producte/servei

Màxim quinze tipologies de producte/servei:
Relacionat amb previsió de vendes posterior

Classificar per necessitats que es volen resoldre

Quan s'abordin serveis, establir classificacions de projectes o hores segons capacitat màxima



Barcelona Activa

Pla d'Empresa ONLINE

Pla | Exemples | Conceptes | Pistes | Eines | Notes | Recursos

Màrqueting

En aquesta àrea definiràs la teva estratègia comercial. Per fer-ho, has d'anitzar:

- Quins són els **productes i serveis** que penses oferir.
- Quina serà la teva **clientela i/o consumidor**.
- Quina serà la teva possible **competència**.
- Quin serà el **preu de venda** i el **preu de cost** i el **preu de venda** del teu producte i servei.
- Quins canals de **distribució** utilitzaràs.
- Com et donaràs a **conèixer**.

Quan hagis acabat d'escriure aquesta part del teu pla d'empresa, tindràs clar **quins són i com són tots els productes i serveis** que vols oferir, a més de **com funciona el mercat** en què treballaràs.

És una tasca dura però apassionant, així que...a investigar!

Presentació

Màrqueting

- Producte i servei
- Mercat
- Àmbit geogràfic
- Públic objectiu
- Clientela i consumidor
- Situació del mercat
- Competència
- Descripció competència
- Comparació
- Diagrama posicionament
- Preu
- Distribució



Àmbit geogràfic

Objectiu intern: validar hipòtesi inicial respecte a la ubicació o abast geogràfic i necessitat/proposta de valor

Negocis físics

Explicar l'entorn de la ubicació del negoci.

Serveis

Àrea de prestació del Servei.
També si en els 3 anys d'estudi projecte teniu pensat ampliar àrees explicar-ho i perquè.

Online

Si es digital, explicar el pla de creixement o expansió del model de negoci

Públic objectiu

Definir

- Perfils clients
- Utilitzar proces de segmentació, definir variables que ens ajudin a conèixer el nostre públic objectiu

Paraules prohibides

- “tot tipus de clients”

RECOMENEM:

- Màrqueting per empreses que comencen
- Màrqueting per empreses de serveis

me > Barcelona Activa > Què és > Contacte > Pol Poi > Sortir

Barcelona Activa
Pla d'Empresa
ONLINE

Pla | Exemples | **Conceptes** | Pistes | Eines | Notes | Recursos

Conceptes

Mercat

Un mercat és el conjunt de **consumidors potencials** que comparteixen una necessitat o desig i que podrien estar disposats a satisfer-lo a través de l'adquisició d'un determinat producte i servei.

Per obtenir informació sobre el mercat, podem acudir a dos tipus de fonts:

- 1 **Les més senzilles per accedir, però també més generals i per tant menys útils:** estudis publicats, dades estadístiques, revistes del sector, bases de dades, etc. En el cas que l'empresa ja funcioni, s'hi inclouria la informació històrica de l'empresa (comptes de resultats, informes de vendes, etc.). En el recurs *+Info*, pots trobar algunes d'aquestes fonts.
- 2 **Les que requereixen més esforç però també informació més útil:** els **mateixos possibles clients**. La informació es pot obtenir bàsicament de quatre formes:
 - **Observació** de les persones i els llocs apropiats. Per exemple: si desitgem obrir un comerç, serà interessant observar el comportament dels clients a la botiga del nostre principal competidor.
 - **Reunions de grup.** Un grup de 6 a 10 persones és entrevistat per un expert per descobrir quines són les seves preferències o opinions respecte al producte.
 - **Entrevistes personals** amb possibles clients. Parlar amb els clients.
 - **Questionaris.**

Tenir informació del mercat és bàsic per a l'èxit del nostre projecte.

Presentació

Màrqueting

- Producte i servei
- Descripció del producte i servei
- Necessitats
- Aspectes diferencials
- Nous productes i serveis
- Mercat
- Àmbit geogràfic
- Públic objectiu
- Clientela i consumidor
- Situació del mercat**
- Competència
- Preu
- Distribució
- Promoció
- Previsions de vendes

Producció i qualitat

Organització i gestió

Finançament

El mercat: situació de mercat

A tenir en compte:

Diferències entre fonts secundàries i primàries

- 1) Ubica't, bcn Estadística, IDESCAT i dades municipals, Es per Estudis sectorials, articles especialitzats, informes
- 2) Observació directa i investigació entorn; qüestionaris clients, competidors directes, agents coneixedors del sector, anàlisi entorn geogràfic.

RECOMANEM:

- [Com fer un estudi de mercat](#)

¿Existeix algun estudi que confirmi la nostra hipòtesis?



Aproximadamente 311.000 resultados (0,47 segundos)

[PDF] **Estudio del perfil del consumidor de alimentos ecológicos**
www.magrama.gob.es/.../alimentacion/...ecologica/estudioperfilconsumid... ▼
Ambiente con el principal objetivo de conocer la tipología y perfil sociodemográfico del **consumidor de alimentos ecológicos en España**. En el año 2014 se ha ...

[PDF] **Perfil del consumidor de alimentos ecológicos - Ministerio ...**
www.magrama.gob.es/.../alimentacion/.../informe_consumidor_ecologic... ▼
consumidores de alimentos ecológicos, consultándoles sobre la identificación ...
Población general **española** entre 18 y 69 años representativa de la población.

Asaja - Perfil del consumidor de alimentos ecológicos
www.asaja.com/...ecologica.../perfil_del_consumidor_de_alimentos_ecol... ▼
... y **perfil** sociodemográfico del **consumidor de alimentos ecológicos en España**",
... **Alimentos Ecológicos**, organizada por la Federación Española de Empresas ...

3. Edad por grandes grupos de edad

2. De la población por distritos

Distritos	TOTAL	0-14 años	15-24 años	25-39 años	40-64 años	65 años y más
BARCELONA	1.666.530	204.741	156.838	377.056	575.596	352.299
1. Ciutat Vella	108.331	10.915	11.434	38.424	34.204	13.354
2. L'Eixample	270.694	28.393	23.876	68.826	90.333	59.266
3. Sants-Montjuïc	187.584	21.379	17.098	45.955	65.826	37.326
4. Les Corts	82.635	10.327	7.540	16.084	27.040	21.644
5. Sarrià-Sant Gervasi	151.157	23.203	17.591	26.684	51.156	32.523
6. Gràcia	123.651	14.584	10.330	30.457	41.674	26.606
7. Horta-Guinardó	174.799	21.233	16.017	35.582	61.484	40.483
8. Nou Barris	174.012	22.857	17.113	34.335	60.909	38.798
9. Sant Andreu	151.976	20.102	13.837	29.752	55.299	32.986
10. Sant Martí	241.691	31.748	22.002	50.957	87.671	49.313

Fuente: Ajuntament de Barcelona. Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Lectura del Padrón Municipal de Habitantes a 1 enero 2020.

3. Edad por grandes grupos de edad

3. De la población femenina por distritos

Distritos	TOTAL	0-14 años	15-24 años	25-39 años	40-64 años	65 años y más
BARCELONA	874.423	99.570	76.774	189.691	297.073	211.315
1. Ciutat Vella	50.134	5.209	4.992	17.089	14.999	7.845
2. L'Eixample	144.056	13.726	12.043	34.922	47.227	36.138
3. Sants-Montjuïc	97.469	10.347	8.251	23.011	33.712	22.148
4. Les Corts	44.202	5.020	3.697	8.243	14.542	12.700
5. Sarrià-Sant Gervasi	81.679	11.348	8.861	14.127	27.525	19.818
6. Gràcia	66.826	7.090	5.228	16.034	22.004	16.470
7. Horta-Guinardó	92.732	10.406	7.835	18.112	31.922	24.457
8. Nou Barris	92.318	11.213	8.448	17.676	31.649	23.332
9. Sant Andreu	79.738	9.741	6.725	15.070	28.761	19.441
10. Sant Martí	125.269	15.470	10.694	25.407	44.732	28.966

Fuente: Ajuntament de Barcelona. Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Lectura del Padrón Municipal de Habitantes a 1 enero 2020.

3. Edad por grandes grupos de edad

4. De la población masculina por distritos

Distritos	TOTAL	0-14 años	15-24 años	25-39 años	40-64 años	65 años y más
BARCELONA	792.107	105.171	80.064	187.365	278.523	140.984
1. Ciutat Vella	58.197	5.706	6.442	21.335	19.205	5.509
2. L'Eixample	126.638	14.667	11.833	33.904	43.106	23.128
3. Sants-Montjuïc	90.115	11.032	8.847	22.944	32.114	15.178
4. Les Corts	38.433	5.307	3.843	7.841	12.498	8.944
5. Sarrià-Sant Gervasi	69.478	11.855	8.730	12.557	23.631	12.705
6. Gràcia	56.825	7.494	5.102	14.423	19.670	10.136
7. Horta-Guinardó	82.067	10.827	8.182	17.470	29.562	16.026
8. Nou Barris	81.694	11.644	8.665	16.659	29.260	15.466
9. Sant Andreu	72.238	10.361	7.112	14.682	26.538	13.545
10. Sant Martí	116.422	16.278	11.308	25.550	42.939	20.347

Fuente: Ajuntament de Barcelona. Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Lectura del Padrón Municipal de Habitantes a 1 enero 2020.

1. Domicilios según número de personas. 2020

3. Barrios (73)

Dto.	Barrio	TOTAL	1 persona	2 personas	3 personas	4 personas	5 personas	6 personas	7 personas	8 personas	9 y más personas
BARCELONA		664.476	205.394	193.761	122.137	90.369	29.792	11.354	5.199	2.688	3.782
1	1. el Raval	17.384	6.051	4.452	2.471	1.753	1.050	578	358	235	436
1	2. el Barri Gòtic	6.617	2.555	1.959	979	563	271	113	64	37	76
1	3. la Barceloneta	6.994	2.843	2.158	986	586	233	80	51	24	33
1	4. Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	10.208	4.127	2.972	1.507	858	387	163	85	33	76
2	5. el Fort Pienc	12.839	3.914	3.757	2.429	1.731	584	223	102	35	64
2	6. la Sagrada Família	21.968	7.194	6.519	3.988	2.781	852	317	152	66	99
2	7. la Dreta de l'Eixample	18.516	6.340	5.168	3.199	2.440	836	290	113	51	79
2	8. l'Antiga Esquerra de l'Eixample	18.183	6.406	5.191	3.079	2.232	773	257	117	63	65
2	9. la Nova Esquerra de l'Eixample	24.719	8.094	7.391	4.438	3.148	911	384	153	97	103
2	10. Sant Antoni	16.301	5.485	4.844	2.827	1.928	604	265	148	84	116
3	11. el Poble Sec - Parc Montjuïc	15.961	5.364	4.565	2.731	1.700	694	377	202	124	204
3	12. la Marina del Prat Vermell - Zona Franca	492	189	128	67	57	24	19	2	2	4
3	13. la Marina de Port	12.035	3.288	3.394	2.387	1.809	628	277	113	71	68
3	14. la Font de la Guatlla	4.269	1.356	1.298	779	547	140	70	35	20	24
3	15. Hostafrancs	6.696	2.163	2.038	1.179	788	263	127	54	41	43
3	16. la Bordeta	7.883	2.217	2.455	1.606	1.074	299	115	54	22	41
3	17. Sants - Badal	10.067	3.003	3.102	1.857	1.275	436	191	90	45	68
3	18. Sants	17.219	5.686	5.082	3.106	2.179	633	249	123	44	117
4	19. les Corts	19.152	5.861	5.732	3.582	2.710	837	254	83	43	50
4	20. la Maternitat i Sant Ramon	9.705	2.773	2.908	1.875	1.452	447	147	58	18	27
4	21. Pedralbes	4.204	1.107	1.078	754	708	339	116	50	19	33
5	22. Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	1.613	372	389	313	322	123	49	21	13	11
5	23. Sarrià	8.872	2.438	2.156	1.574	1.537	757	200	87	51	72
5	24. les Tres Torres	5.602	1.407	1.338	899	1.018	570	206	82	43	39
5	25. Sant Gervasi - la Bonanova	9.488	2.728	2.436	1.615	1.520	766	221	95	45	62
5	26. Sant Gervasi - Galvany	18.823	5.926	4.915	3.138	2.847	1.285	417	144	78	73
5	27. el Putxet i el Farró	12.415	4.068	3.348	2.116	1.842	678	211	80	31	41
6	28. Valldarxa i els Penitents	6.604	2.083	1.863	1.234	947	285	98	45	21	28
6	29. el Coll	3.163	998	899	603	459	121	47	17	8	11
6	30. la Salut	5.478	1.768	1.588	991	763	234	73	35	7	19
6	31. la Vila de Gràcia	22.875	8.734	6.599	3.793	2.551	752	244	93	42	67
6	32. el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	15.019	5.013	4.481	2.718	2.003	531	148	55	38	32
7	33. el Baix Guinardó	10.889	3.397	3.317	2.085	1.422	404	139	60	32	33
7	34. Can Baró	3.899	1.187	1.210	719	520	170	50	26	11	6
7	35. el Guinardó	15.572	4.842	4.635	2.968	2.068	596	240	114	51	58
7	36. la Font d'en Fargues	3.775	985	1.138	775	620	152	52	18	6	0

1. Distribución territorial de la renta familiar en Barcelona. 2017

2. Barrios

Dto.	Barrios	Población	Índice RFD Barcelona = 100
	BARCELONA	1.625.137	100,0
1	1. el Raval	47.988	71,2
1	2. el Barri Gòtic	16.240	106,1
1	3. la Barceloneta	15.101	79,6
1	4. Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	22.923	99,4
2	5. el Fort Pienc	32.048	106,5
2	6. la Sagrada Família	51.651	101,8
2	7. la Dreta de l'Eixample	44.246	175,9
2	8. l'Antiga Esquerra de l'Eixample	42.512	137,2
2	9. la Nova Esquerra de l'Eixample	58.315	110,2
2	10. Sant Antoni	38.412	104,2
3	11. el Poble Sec - AEI Parc de Montjuïc	40.358	82,2
3	12. la Marina del Prat Vermell - AEI Zona Franca	1.151	40,0
3	13. la Marina de Port	30.622	69,3
3	14. la Font de la Guatlla	10.422	82,9
3	15. Hostafrancs	15.949	99,0
3	16. la Bordeta	18.561	79,0
3	17. Sants - Badal	24.047	81,0
3	18. Sants	41.244	99,0
4	19. les Corts	46.104	120,0
4	20. la Maternitat i Sant Ramon	23.980	114,2
4	21. Pedralbes	12.117	248,8
5	22. Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	4.689	144,1
5	23. Sarrià	25.106	193,6
5	24. les Tres Torres	16.660	215,8
5	25. Sant Gervasi - la Bonanova	25.909	184,6
5	26. Sant Gervasi - Galvany	47.753	192,1
5	27. el Putxet i el Farró	29.617	144,6
6	28. Vallcarca i els Penitents	15.615	112,5
6	29. el Coll	7.428	87,0
6	30. la Salut	13.207	109,9
6	31. la Vila de Gràcia	50.885	104,4
6	32. el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	34.431	105,7
7	33. el Baix Guinardó	25.734	92,0
7	34. Can Baró	9.020	63,3
7	35. el Guinardó	36.538	79,1
7	36. la Font d'en Fargues	9.390	92,5
7	37. el Carmel	31.583	64,2
7	38. la Teixonera	11.634	73,7
7	39. Sant Genís dels Agudells	6.971	84,1
7	40. Montbau	5.171	79,8
7	41. la Vall d'Hebron	5.792	95,8
7	42. la Clota	611	93,5
7	43. Horta	26.743	79,8

Competidors

Definir

- Seleccionar almenys 2 competidors
- En cas de no existir competidor directe, 2 opcions de competidors indirectes
- Realitzar comparació en base a variables medibles, no punts Forts i punts febles

Paraules prohibides

- “no tinc competència”
- Mostra desconeixement sobre alternatives al mercat

Pla d'Empresa ONLINE

Pla | Exemples | Conceptes | Pistes | Eines | Notes | Recursos

Presentació

Marqueting

Producte i servei

Mercat

Competència

Preu

Distribució

Promoció

Previsions de vendes

Producció i qualitat

Organització i gestió

Juridicofiscal

Economicofinancera

Valoració

Marqueting > Preu

Una de les decisions més importants que has de prendre és què és més fàcil, cal tenir en compte molts factors i és fonamental analitzar-los.

Sovint, el preu és un dels criteris principals en la **decisió de compra**.

- Un factor clau de **posicionament**, ja que condiciona la competitivitat.
- Una variable que incideix directament sobre les **ventes**.
- Un factor determinant del **benefici** i la **rendibilitat**.

En aquest apartat, has de:

- **Analitzar l'estratègia de preus** més adequada per a la teva competència.
- **Definir els sistemes** per **fixar els preus**. Per fer-ho, has de tenir en compte la teva competència.

Estàs preparat/preparada per prendre una decisió?



Preu

¿On estem nosaltres?

En funció del nostre posicionament haurem de determinar: el preu, els canals de distribució i el màrqueting

Preu (+)



NO Tots
Els productes
Km 0

TRIBU WOKI
BARCELONA

Tots els
productes
km 0

ENTER BIO
Supermercado ecológico

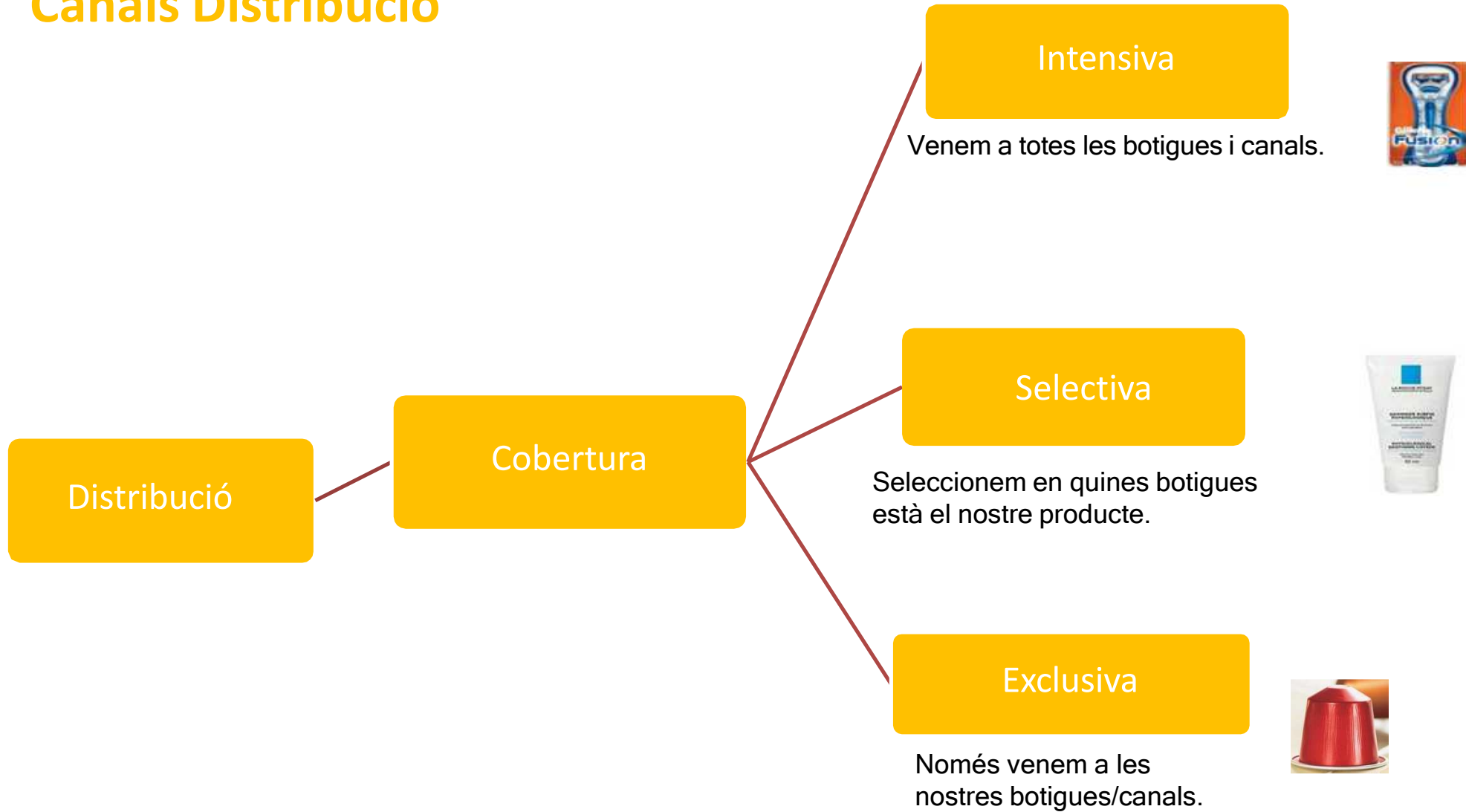
LOBBIO

Preu (-)

Steps per Fixar preu

1. Conèixer el cost variable
2. Comparació Mercat:
 1. Marge
 2. Preu mercat
3. Fixació del nostre preu (estratègia)
 - Penetració
 - Desnatada
 -

Canals Distribució



Promoció

Marqueting sempre es un cost de diners o de temps: fer llista accions i el seu cost al costat

En base a les dades analitzades:

Accions concretes i temporalitzades

Ratis d'impacte

Estratègia online/offline

Anticipar possibles costos

Eines digitals: Similarweb, simuladors social media

RECOMENDAMOS:

Márqueting online
Cómo concertar visitas
comerciales
Cibernarium

Previsió de vendes


En base a les dades analitzades:

Establir capacitat màxima i estacionalitat

Ratis d'impacte de l'apartat anterior; promoció

Variables orientatives competència

Previsió continguda i treballar amb escenari pessimista



RECOMENDAMOS:
Cómo fer la
previsió de vendes

Previsió de vendes: Exemple restauració

1. SMALL WORD/ Centrar-se en activitat principal i en capacitat màxima:

a) Menús i esmorzars: 100 comensals màxim.

2. Determinar franja horària d'aquesta punta d'activitat així com rotació de taules

a) Esmorzars de 9:30-11:00h.

b) Rotació cada 30 minuts= 3 torns d'esmorzar

3. Percentatge d'ocupació de taules i tiquet mig (de menys a més %)

Exemple: 30% ocupació per torn (30 comensals x 3 = 90 persones) a tiquet mig 2,50(oferta esmorzar)

4. ¿Mesos millors i pitjors? Canviem % d'ocupació= estacionalitat.

Exemple: 90p/dia x 2,50€ consum/p= 225€/dia
x 5 dies laborables = 1.225€ semana
x 4 setmanes per mes= 4.500€

Previsió de vendes: Exemple botiga

1. “Small World”/ Botiga física de barri per a dones entre 25-55 anys

Horari comercial de 9-14/17-20h

2. Comptar “target” i freqüència de pas per davant de la botiga

Exemple: Flux de pas d'una mitjana diària de 250 dones d'entre 25-55 anys d'edat (observació= font primària)

3. Tècnica “embut”+ tiquet mig

250 dones freqüència > -60% (100 dones s'aturen) > -40% (entren 40d) > -50% (20 dones compren tiquet mig 20 euros (valor d'un vestit)

4. De menys a més: primers mesos percentatges més baixos (entren menys dones) o tiquets mitjos menors.

Exemple: 20 d/dia x 20€ = 400 €
x 5 dies/ setmana= 2.000 €
x 4 setmanes/mes= 8.000 €

Previsió de vendes: Exemple servei

Professional independent : dissenyador/a, consultor/a

1. Small World/ Professional que es dedica al disseny Feng Shui per a llars:

- a. Time table, procés de prestació servei: Ella sola al 100% pot dur a terme un Servei per setmana.
- b. x 4 setmanes= 4 serveis/ mes (una sola persona)

2. Fixació d'objectius de venda: de menys a més

- a. Primers 2 mesos: 1 client/mes. Segons 2 mesos= 2 clients/mes...etc.

3. Aplicació temporades:

- a. Exemple: Estacionalitat alta hivern: tenim una col·laboradora externa i aconseguim doblar la producció màxima en 8 al mes.

Previsió de vendes: Exemple negoci online



1. **Small World: Obsessió pel tràfic.** Fixar objectius de tràfic en funció de les accions de marketing definides
2. **Estipula una taxa de reconversió.** La taxa de reconversió és el % de persones que visiten el web i formalitzen la compra. Els paràmetres estàndar són d'entre un 0.76%-3%.
3. **Tiquet mig.** Fixar un tiquet mig aproximat de venda por persona usuària.

RECOMANEM:
Defineix el teu canal e-commerce

Pla d'Empresa ONLINE

Pla | Exemples | Conceptes | Pistes | Eines | Notes | Recursos

Presentació

Màrqueting

Producció i qualitat

Producció i prestació

Qualitat

Equips i infraestructura

Seguretat i medi

Organització i gestió

Juridicofiscal

Economicofinancera

Valoració

Producció i qualitat

En aquesta àrea definiràs els aspectes relacionats amb la producció, la qualitat i les mesures de protecció a la feina.

Aquests coneixements et seran de gran utilitat per determinar aspectes t

- Definir com has d'elaborar el teu producte i servei.
- Establir sistemes de control de la qualitat del producte i servei.
- Planificar quins equipaments i infraestructura necessites per produir el teu producte i servei.
- Conèixer les mesures obligatòries de seguretat i higiene a la feina.
- Conèixer les mesures de gestió mediambiental.

Has de tenir en compte que la informació que escriguis en aquesta àrea d'empresa, com la d'organització i la economicofinancera.

Què esperes per donar resposta a totes



Producció i qualitat: Sistematitzant processos

Crear processos de producció/prestació de serveis que puguin ser replicats al llarg del temps: front i back office

Recolzar-se en diagrames

Establir sistema de gestió d'estocs i relació amb els proveïdors

Preveure possibles incidències o problemes i aportar protocols d'actuació

Establir infraestructura bàsica per a l'inici de l'activitat

Producció i qualitat: especificitat de cada negoci

Si existeix manufactura o elaboració de producte determinar temps de producció/unitat

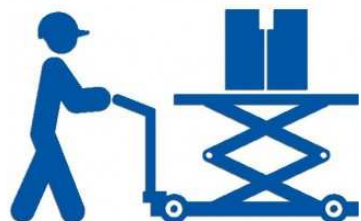
Preveure mermes o

En la prestació de serveis delimitar en quin moment caldria la possible intervenció d'altres professionals col·laboradors

Especial cura al procés d'atenció al client

Mecanismes de seguiment i control de la qualitat: enquestes d'avaluació, seguiment de les previsions de vendes, detecció de "punts"

Producció i qualitat: eines i recursos



RECOMANEM:
Curs Online: solucions
ERP per la petita i la
microempresa

RECOMANEM:
Introducció de gestió de
processos de negoci
BMP amb programari
lliure

RECOMANEM:
Gestió de costos 1
Gestió de costos 2

RECOMANEM:
Com usar de forma
eficient certificat i
signatura digital

Pla d'Empresa ONLINE

Pla | Exemples | Conceptes | Pistes | Eines | Notes | **Recursos**

Presentació

Màrqueting

Producció i qualitat

Organització i gestió

Planificació temporal
Organització

Juridicofiscal

Economicofinancera

Valoració

Organització i gestió

En aquesta àrea, has de definir com s'organitzarà l'empresa al llarg dels tres primers anys.

A la primera part d'aquesta àrea, has de determinar:

- Quins **objectius** creus que pot assumir l'empresa;
- Com **avaluar** els resultats d'aquests objectius.
- Com pot **influir l'entorn exterior en l'evolució**
- Com pots **influir** en l'evolució del projecte.

Aquestes decisions et seran de gran utilitat per determinar

- Anàlitzar les teves **necessitats de personal**, és comptes.
- Determinar el teu **sou** i el dels teus socis/sòcies,
- Pensar en la **formació** que necessiteu per tirar endavant.

Has de tenir en compte que la **planificació de l'organització** com el capital amb què compta l'empresa, la situació del i

Organització i gestió: temporalització

Diferència respecte a l'apartat anterior es especificar moments previstos i coherència interna per preparar el PEF:

Previsió de vendes

Objectius pels tres anys sobre la previsió inicial que s'ha establert

Producció

Canvis significatius segons el negoci escali aquestes vendes

Inversió

A l'inici o previsió d'ampliació d'actius en funció de l'acompliment dels objectius

Avaluació

Com mesurar resultats i què fer si no s'acompleixen els objectius

Organització i gestió: Organigrama



¿Quines persones han d'ocupar els llocs de feina i quines són les tasques concretes que duran a terme? Necessitats de l'empresa, temps de dedicació i perfils dels socis/es....


¿I a mesura que es creix? ¿Com fluctua això? **PLANIFICACIÓ**

Organització i gestió: Altres recursos

[SEPE models de contracte](#)

[SEPE bonificació de contractes](#)

[Cercador Convenis](#)



RECOMANEM:
[El règim de persones autònomes vs. el règim General](#)

Pla d'Empresa ONLINE

Pla | Exemples | Conceptes | Píeles | Eines | Notes | Recursos

Juridicofiscal

Aquesta àrea fa referència als **aspectes legals** que t'afecta de la seva activitat diària.

En primer lloc, és molt important que tinguis en compte les diferencies adequades per a la teva empresa (crearàs una societat limitada).

Una vegada hagis elegit la forma jurídica, has de descobrir els

costos i en el cas que necessitis **local**, has de descobrir els tràmits i

costos. També has d'analitzar els **aspectes fiscals** de la teva empresa.

Finalment, has de considerar la possibilitat (o necessitat) de

Tot això et servirà per:

- Determinar la **forma jurídica** de la teva empresa.
- Conèixer els tràmits i quantificar els costos per **legalitat**.
- Conèixer els tràmits i quantificar els costos en el cas que necessitis **local**.
- Preveure els **costos fiscals** de la teva empresa.

Presentació

Màrqueting

Producció i qualitat

Organització i gestió

Juridicofiscal

Forma jurídica

Equip i Seguretat Social

Obligacions fiscals

Permisos i llicències

Cobertura de responsabilitat

Patents, marques i registre

Forma Jurídica

OAE

Oficina d'Atenció
a les Empreses



Normativa local, llicències d'activitat



Informació i tràmits municipals

Acompanyament per facilitar-te els tràmits municipals necessaris per desenvolupar una activitat econòmica a la ciutat.

Donar-me d'alta



Constitució d'empreses

Suport en totes les fases i tràmits necessaris per a la constitució d'una societat mercantil i altes d'activitat empresarial.

barcelonactiva.cat/empreses



Moltes gràcies!

barcelonactiva.cat/emprenedoria



Ajuntament de
Barcelona

