

Facemos números?

PLAN ECONÓMICO-FINANCEIRO

 **Manexo do Viable**

Que imos ver hoxe?

A Viabilidade

A Viabilidade económico financeira

Como obtemos os datos para as estimacións

Manexo do viable



Para saber se a idea é boa temos que falar de:

VIABILIDADE

TÉCNICA E ORGANIZATIVA

LEGAL

COMERCIAL

ECONÓMICA

FINANCEIRA



Para saber se a idea é boa temos que falar de:

VIABILIDADE

TÉCNICA E ORGANIZATIVA

Conto cos recursos materiais e humanos para fabricar o produto ou prestar o servizo?

Coñezo o proceso de produción ou de servución?

Teño acceso aos aprovisionamentos necesarios?

LEGAL

Cal é a normativa que me afecta?

Coñezo os requisitos legais para a posta en marcha da empresa?

Existen normativas que condicionen o proceso de produción ou comercialización do meu produto?

COMERCIAL

Quen son os meus clientes? Como son os meus clientes?

Que queren os meus clientes?

Como vou chegar a eles?

ECONÓMICA

A que prezo vou vender?

Cantas fontes de ingresos vou ter?

Cal será a miña estimación de ingresos? E a estimación dos gastos?

FINANCEIRA

Cantos cartos necesito?

De cantos cartos dispoño? Canto terei que pedir?

A quen llo vou pedir?



Diferenzas entre a viabilidade económica e a viabilidade financeira

VIABILIDADE

ECONÓMICA

A que prezo vou vender?

Cantas fontes de ingresos vou ter?

Cal será a miña estimación de ingresos? E a estimación dos gastos?

FINANCEIRA

Cantos cartos necesito?

De cantos cartos dispoño? Canto terei que pedir?

A quen llo vou pedir?

EN COMÚN:

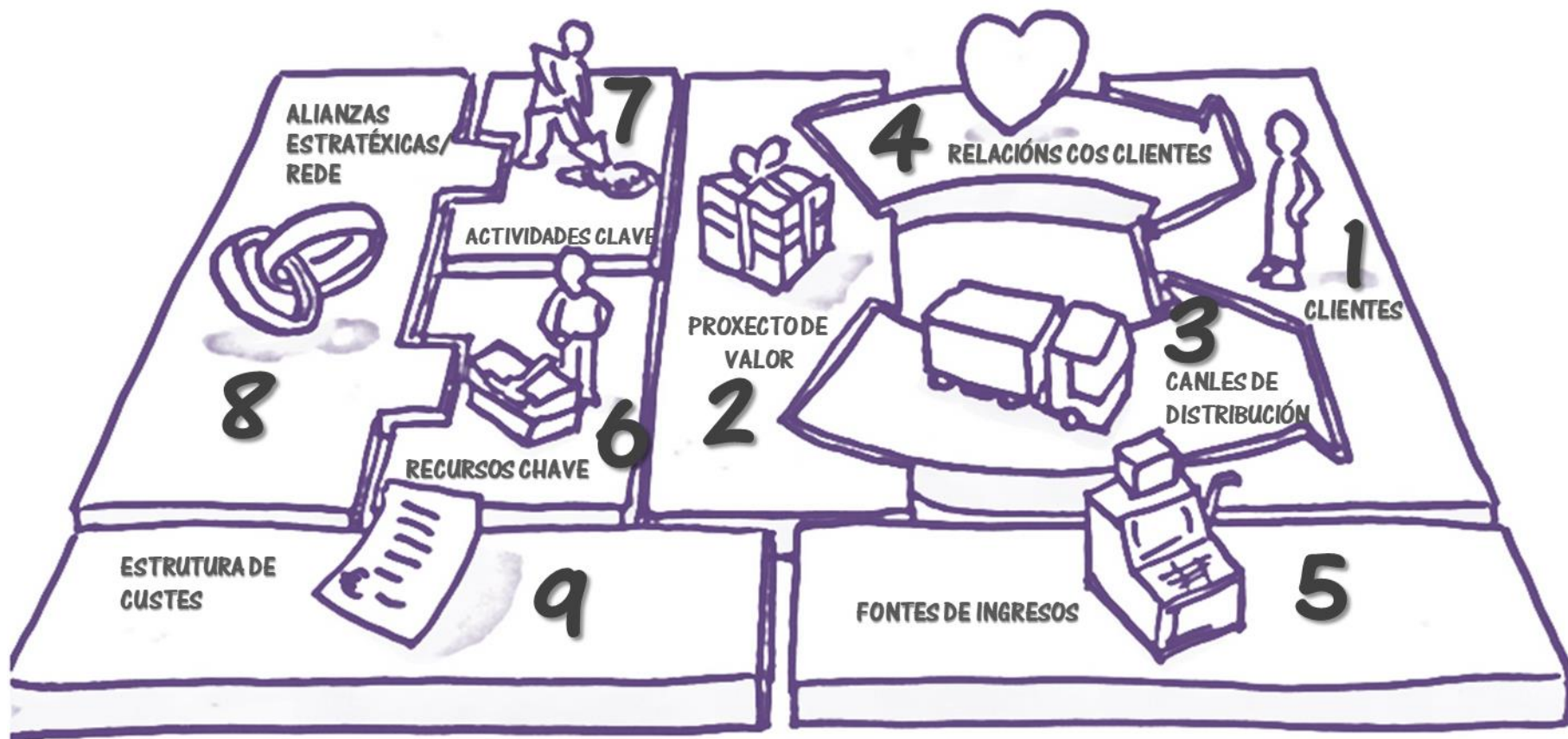
As dúas dependen do desenvolvemento da idea de negocio: tipo de produto ou servizo, organización do persoal, clientela, etc

DIFERENZAS:

A viabilidade económica vese afectada por calquera cambio no mercado. A viabilidade financeira vese máis afectada polos cambios a nivel técnico-organizativo.



Como se pode traballar nas viabilidades?



Por que é importante o uso dunha
ferramenta para a análise
económico financeira?



Erros máis comúns nos plans de empresa

Falta de coherencia no proxecto:

"A idea.

A nosa idea empresarial consiste en dúas liñas de negocio: por un lado, a prestación dun servizo de rutas guiadas e, por outro, a venda de souvenirs do destino."

7.2 Plan de pérdidas y ganancias

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2
VENTAS TOURS	19.503€	25.383€
TOTAL INGRESOS	19.503€	25.383€



Errores más comunes nos plans de empresa

Variación / error nas cifras de cálculo

3. Datos básicos del proyecto

El siguiente cuadro presenta de forma resumida las principales características del proyecto.

Sector	Turismo y Ocio
Actividad	Experiencias gastronómicas y de bienestar en la Naturaleza
Clasificación Nacional de Actividades Económicas	882 guías de turismo 478.- Comercio al por menor
Forma Jurídica	
Localización	
Personal y estructura Organizativa	
Cartera de Servicios	
	Experiencias gastronómicas
	Experiencias de Bienestar
	Venta de Souvenirs
Inversión	10.850 euros
Facturación	17.129 euros

7.1 Plan de inversiones y financiación

i) PLAN DE INVERSIÓN

INVERSIÓN	IMPORTE
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	450€
APLICACIONES INFORMÁTICAS - WEB/BLOG MENTORÍA/MARKETING/FORMACIÓN	2.450€
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200€
FONDOS DE MANIOBRA	5.400€
TOTAL	8.500€

7.2 Plan de pérdidas y ganancias

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2
VENTAS TOURS	19.503€	25.383€
TOTAL INGRESOS	19.503€	25.383€



Erros máis comúns nos plans de empresa

Non ter os conceptos claros

Déficit de liquidez

Non asignar soldos ás persoas emprendedoras

Non saber diferenciar entre as finanzas persoais e as do negocio

Custes fixos elevados

Contraer moita débeda



Que datos precisamos para a análise económico financeira?

Estimación de investimentos
necesarios

A LONGO PRAZO: Local, maquinaria, mobiliario,
transporte, etc.

ACTIVOS CORRENTES: as materias primas en caso de
que haxa produción, os produtos en stock en caso de
que sexa unha actividade de venda, o gastos de persoal,
de subministracións, etc.

Estimación de custes

FIXOS

VARIABLES

Estimación de ingresos / vendas



Como obtemos os datos para as estimacións de ingresos / vendas?

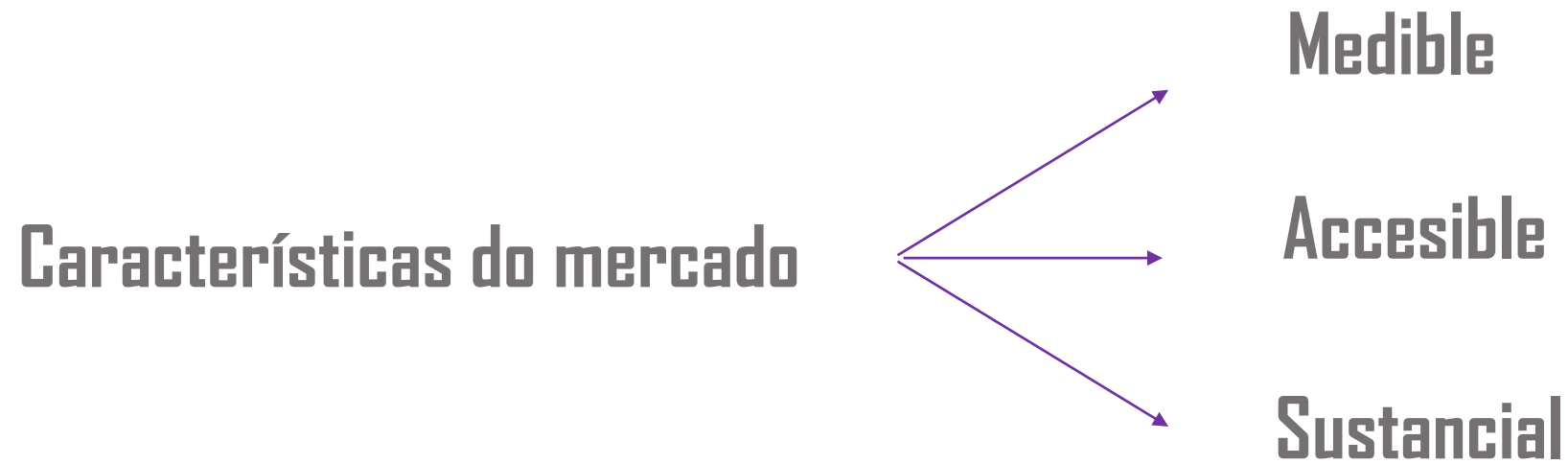
Estimación do tamaño de mercado

Estimación de prezos



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Factores de segmentación do mercado

Xeográfico

- Continente
- País

- Cidade
- Rexión

- Comunidade
- Clima

Demográfico

- Sexo
- Idade

- Cultura
- Relixión

- Educación
- Ingresos

Psicológico

- Carácter
- Ocio

- Clase social
- Valores

- Actitudes
- Intereses

Estilo de vida

- Grupos de referencia
- Profesión

- Orientación sexual
- Roles sociais

Uso do produto

- Frecuencia
- Lealdade

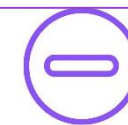
- Tipo de uso
- Actitudes cara o produto

- Momentos de uso de produto

Beneficios do produto

- Satisfacción
- Rendementos

- Percepción de marca
- Necesidades cubertas



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Método de ratios sucesivos

Método de cotas

Método da construción do mercado

Opinión de persoas expertas

Empresas competidoras

Observación



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Método de ratios sucesivos

utilización dunha sucesión de **porcentaxes** nas que se descompón o mercado potencial absoluto, que axudan a concretar a demanda existente dun produto determinado

EXEMPLO

Unha persoa emprendedora quere montar un centro de ensinanza de artes marciais e dispón da seguinte información para o cálculo do tamaño do seu mercado:

A poboación entre 20-40 anos que reside na súa área de influencia é 6.000 persoas.

Un 25% da poboación entre 20-40 anos practica algún deporte

Un 10% dos deportistas practican algún tipo de arte marcial

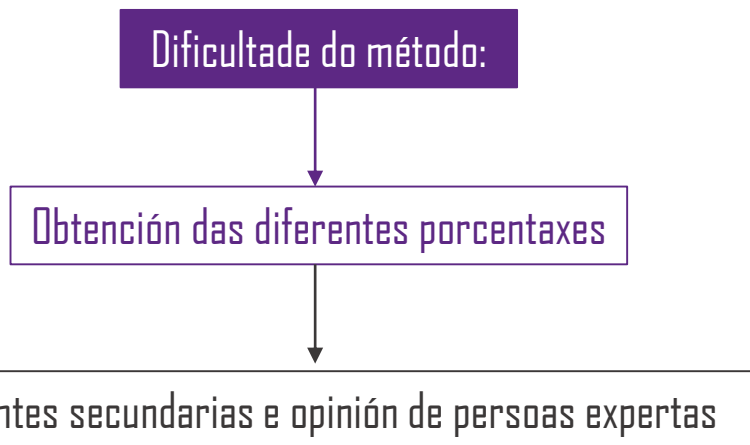
Un 60% dos que practican artes marciais fano en centros privados.

A aplicación do método de ratios sucesivos consistiría no seguinte:

$6.000 \times 25\% = 1.500$ persoas practican algún deporte

$1.500 \times 10\% = 150$ persoas que practican artes marciais

$150 \times 60\% = 90$ persoas practican artes marciais en centros privados



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Método de cotas

identificación das **cotas de mercado** que corresponden ás diferentes empresas que compiten nel. Permite facer unha estimación do tamaño do mercado, tanto en volume (unidades) como en valor económico.

Dificultade do método:

Maior dificultade a maior número de empresas

Fontes secundarias e opinión de persoas expertas

EXEMPLO

Unha persoa emprendedora quere crear unha carpintería metálica.

Sabe que na súa zona de influencia constrúense cada ano 3.000 vivendas.

Así mesmo, investiga que as empresas máis importantes acaparan o 60% dese mercado e deixan o 40% para as empresas máis pequenas.

3.000 vivendas

$0,60 \times 3.000 = 1.800$ vivendas

$0,40 \times 3.000 = 1.200$ vivendas

O tamaño do mercado potencial sería de 1.200 vivendas

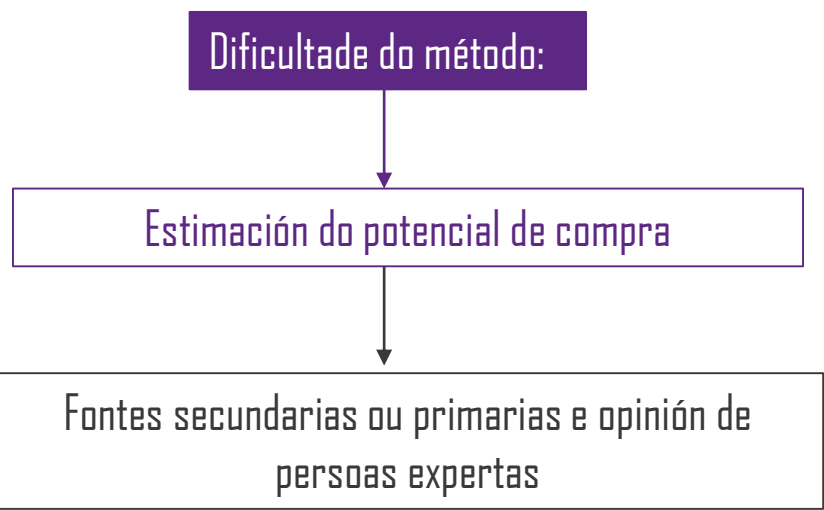


Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Método da construción do mercado

Baséase na identificación de todos os compradores potenciais do mercado e a estimación do seu potencial de compra.



EXEMPLO

Unha persoa emprendedora desexa crear unha empresa dedicada a prestar servizos de limpeza e mantemento. Sabe que na súa zona de influencia hai cen empresas que se clasifican polo seu volume medio de gasto, da seguinte forma:.

Tipo de empresa	Número de Empresas	Gasto anual en mantemento
Tipo A	50	1.440 euros/ano
Tipo B	25	4.320 euros/ano
Tipo C	15	7.200 euros/ano
Tipo D	10	15.000 euros/ano

O mercado potencial da zona sería de:
 $1.440 \text{ euros /ano} \times 50 + 4.320 \text{ euros /ano} \times 25 + 7.200 \text{ euros /ano} \times 15 + 15.000 \text{ euros /ano} \times 10 = 438.000 \text{ euros}.$

Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Opinión de persoas expertas

A estimación do mercado non se apoia nuns datos obxectivos senón na opinión dunha persoa experta na materia.

Das conclusións individuais facilitadas por varias persoas expertas extráese unha estimación media.

Empresas provedoras, clientela, técnicos de asociacións, etc., poden ser expertas.

Así mesmo, as persoas emprendedoras que non son competencia directa, por teren o negocio lonxe da área de influencia, poden proporcionar información valiosa de cara a unha estimación do tamaño do mercado e unha previsión das vendas.



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Empresas competidoras

O tamaño do mercado calcúlase a partir da facturación agregada das empresas competidoras. Trátase dunha estimación imprecisa, mais suficiente para aproximarnos á magnitude que pode representar o mercado.

Dificultade do método:

Estimación imprecisa

Hai que identificar as empresas competidoras e informarse sobre as vendas dunha pequena mostra das mesmas. A análise dos datos débete permitir facer unha agrupación das empresas en función da facturación.

EXEMPLO

Unha persoa emprendedora quere crear un laboratorio de ensaios. Unha vez identificadas as empresas e varios contornos de facturación, a estimación do tamaño do mercado podería xerar unha táboa como a seguinte:

Número	Facturación/ ano	% Facturación aproximada na miña área de influencia	Total
100	150.000	100%	15.000.000
50	900.000	100%	45.000.000
3	2.000.000	50%	3.000.000

O tamaño do mercado é de 63.000.000 euros.



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación do tamaño de mercado

Observación

Ten como finalidade a **recollida de información sobre as persoas**, sen que os suxeitos investigados se dean conta de que están desvelando os datos relativos aos seus actos ou comportamentos.

A observación como método de investigación comercial ten múltiples aplicacións pero, atendendo ao obxectivo deste apartado, as máis importantes son:

- O coñecemento dos comportamentos e condutas que os compradores mostran no acto da compra.
- O coñecemento da afluencia de compradores a un establecemento comercial.

Para realizar a observación é necesario utilizar un patrón e desprazarse ao lugar da compra. É conveniente realizar observacións en diferentes franxas horarias e distintos días da semana.

A observación combínase normalmente cunha pequena enquisa ás persoas que saen do establecemento para saber: se compraron, que compraron, o importe gastado, etc.



Como obtemos os datos para as estimacións?

Estimación de prezos

Custes



Marxe



Fixos

Variables

De Oportunidade

Hai que coñecer os prezos da competencia

Depende da novidade do produto ou servizo,
da percepción de valor por parte da
clientela, etc



Manexo do VIABLE

VIABLE 2020 Emprendedores V2.0 - INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

Datos da empresa

Nome da empresa / proxecto

Enderezo

Localidade

Datos fiscales e S.S.

I.V.E. repartida na inversión	21,00%
I.V.E. repartida media na compra	21,00%
I.V.E. repartida media na qnta de estrutura	21,00%
I.V.E. repartida media na venda e inqnta	21,00%

Tipo media cotización S.S. autónoma	30%
Tipo media cotización S.S. traballador	33%

Tipo impositiva media estimada	25,00%
Tipo retención I.R.P.F. media estimada	10,00%

Outros datos

Primeira planificación	2021
Dividendos a repartir (%)	

Distribución mensual de vendas e gastos

	Xan	Feb	Mar	Abr	Mai	Xun	Xul	Ago	Set	Out	Nov	Dec
Venda	5,90%	6,20%	6,50%	6,80%	7,20%	9,90%	8,70%	10,20%	9,60%	9,20%	9,60%	10,10%
Gastos variables	5,90%	6,20%	6,50%	6,80%	7,20%	9,90%	8,70%	10,20%	9,60%	9,20%	9,60%	10,10%



¡¡ATENCIÓN!!

Celas en cor amarelo: Introducción de datos

Páxinas en cor verde: Follas para introdución de datos

Páxinas en cor azul: Follas de resultados, pero que tamén necesitan introdución de datos

Páxinas en cor vermello: Follas de resultados



Manexo do VIABLE

Que é?

O Viable é unha **ferramenta do IGAPE** para realizar a análise económico financeira dun proxecto empresarial ou dunha empresa. Permite determinar os **RECURSOS FINANCEIROS NECESARIOS** para desenvolver a actividade da futura empresa nun horizonte temporal de cinco anos. **NON É UN PROGRAMA DE XESTIÓN FINANCEIRA NIN DE XESTIÓN CONTABLE**

Onde se atopa?

<http://www.igape.es/es/crear-unha-empresa/crear-unha-empresa/plan-de-negocio>

Como descargalo

Picando no enlace da web descarga automaticamente un arquivo .zip co programa viable.

Versións e Office

O Viable actual desenvolveuse en Excel 2016, polo que é compatible con moitos sistemas operativos e follas de cálculo (e de versións das mesmas).

Diferentes usos

Pódese analizar un modelo completo ou unha nova liña de negocio. permite realizar tantos supostos como queiramos analizar e en diferentes estados de maduración do proxecto, podendo utilízalo ao inicio para estimar os recursos necesarios e os custes ou a rendibilidade final cos datos que temos recabados.

