

I CONCURSO DE IDEAS Y PROYECTOS

ESCUELA UNIVERSITARIA DE OSUNA Y ANDALUCIA EMPRENDE,
FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA

Bases del Concurso

La Fundación de Estudios Universitarios Francisco Maldonado de Osuna y Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, convocan el I Concurso de Ideas y Proyectos. Esta iniciativa está coordinada conjuntamente por Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla) y el Centro Andaluz de Emprendimiento de Osuna.

PRIMERA.- OBJETO

El concurso está especialmente dirigido a alumnos/as matriculados/as y egresados/as de la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla), que cuenten con una idea o proyecto empresarial innovador, basado en los conocimientos adquiridos durante su etapa universitaria o en los resultados obtenidos de su experiencia profesional; esto es, promover y apoyar las ideas de negocio empresariales, impulsando la formación de equipos emprendedores y la constitución de empresas innovadoras.

SEGUNDA.- BENEFICIARIOS/AS

Podrán participar en el concurso, de forma individual o en equipos (los equipos estarán formados por un máximo de 3 miembros), los alumnos/as de tercero y/o cuarto Grado y egresados/as de la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla).

TERCERA.- CATEGORIAS Y PREMIOS

Se pueden presentar solicitudes a las siguientes categorías:

Categoría Proyecto más Innovador. Se premiará a la mejor idea o proyecto de negocio. A esta categoría sólo se podrán presentar, los alumnos o equipos integrados por alumnos, que sean estudiantes de tercero y/o cuarto grado universitario de cualquier especialidad, matriculados en la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla).

- **Premio Proyecto más Innovador**, dotado con 300€ a la mejor idea o proyecto de negocio.

Categoría Proyecto Innovación Social. Se premiará a la mejor idea o proyecto de negocio, en el ámbito de la innovación social. A esta categoría sólo se podrán presentar, los alumnos o equipos integrados por alumnos, sean estudiantes de tercero y/o cuarto grado universitario de cualquier especialidad, matriculados en la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla).

- **Premio Proyecto más Innovador Social**, dotado con 300€ a la mejor idea o proyecto de negocio en el ámbito de la innovación social.

Categoría Proyecto más Innovador Egresado. Se premiará a la mejor idea o proyecto de negocio. A esta categoría sólo se podrán presentar, egresados/as o equipos integrados por egresados/as de la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla).

- **Premio Proyecto más Innovador Egresado**, dotado con 300€ a la mejor idea o proyecto de negocio egresado.

Asimismo, los proyectos premiados en cualquiera de las categorías, se podrán beneficiar, de manera preferente, de:

- Acceso gratuito a los servicios de alojamiento empresarial en los “Centros Andaluces de Emprendimiento” (CADE) de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, siempre y cuando, una vez evaluados por los técnicos de Andalucía Emprende, se certifique que el proyecto ganador cumple con los requisitos establecidos por el CADE correspondiente y hay espacio disponible para su alojamiento.

CUARTA.- MENCIÓN

El Jurado concederá tres menciones especiales, a los proyectos que hayan quedado en la fase finalista y destaquen por su originalidad, innovación,

viabilidad, tecnología, o cualquier otra característica innovadora, estos proyectos serán dotados de un premio especial de una Tablet, cada una de las menciones.

QUINTA.- PLAZOS Y FORMA DE INSCRIPCIÓN

Primera fase: inscripción

Los interesados en participar en el presente concurso deberán presentar una solicitud de inscripción que incluirá el nombre y una breve descripción del proyecto empresarial, de conformidad con los requisitos establecidos en estas bases.

La solicitud de inscripción (anexo 1) estará disponible en la dirección electrónica **www.euosuna.org** y deberá realizarse en formato digital y por vía telemática, a la siguiente dirección: **aemprende@euosuna.org**

En caso de imposibilidad de envío telemático, excepcionalmente se podrá mandar en formato impreso a la siguiente dirección postal: Escuela Universitaria de Osuna C/ Campo de Cipreses, 1, Osuna 41640 (Sevilla).

El plazo de **inscripción** al “I Concurso de Ideas y Proyectos Empresariales” comenzará el día **17 de septiembre de 2018** y finalizará el **5 de octubre de 2018**.

Segunda fase: presentación del proyecto

En una segunda fase, y una vez confirmada la admisión en la fase de inscripción, se procederá a la presentación de la propuesta, que identificará la categoría en la que se enmarca la idea.

La presentación del proyecto se realizará en formato digital y por vía telemática, enviándolo a la siguiente dirección electrónica **aemprende@euosuna.org** y en caso de imposibilidad de envío telemático, excepcionalmente se podrá mandar en formato impreso a la siguiente dirección postal: Escuela Universitaria de Osuna C/ Campo de Cipreses, 1, Osuna 41640 (Sevilla).

Para ello, deberán remitir debidamente cumplimentado el anexo 2 (Memoria de Plan de Empresa) que acompaña estas bases, disponible en la

siguiente dirección **www.euosuna.org** además, toda aquella documentación que se estime oportuna y que sirva de apoyo al jurado par la toma de su decisión.

El del depósito del proyecto de cualquiera de las tres categorías será, desde el **8 de octubre de 2018** hasta el **31 de octubre de 2018**.

Un mismo proyecto no podrá ser presentado en más de una categoría, siendo ésta, causa de exclusión automática.

SEXTA.- CRITERIOS DE SELECCIÓN

El comité de selección tendrá en cuenta para la valoración de las propuestas los siguientes criterios:

- Viabilidad técnica-económica-financiera.
- Novedad del producto, servicio o proceso.
- Formación y/o experiencia aplicable a la idea o proyecto empresarial.
- Grado de desarrollo.
- Ventajas competitivas y potencial de mercado.
- Responsabilidad social.
- Potencial de crecimiento y creación de empleo.
- Compromiso para poner en marcha la iniciativa.
- Exposición y defensa ante el jurado.

Una vez finalizado el plazo de presentación de la fase de concurso y vistas las propuestas presentadas, el comité de selección requerirá la presentación oral (Elevator Pitch) ante el mismo, el día **12 de noviembre de 2018**, de los 5 mejores proyectos finalistas de cada categoría, en un tiempo máximo de 5 minutos para la presentación y otros 5 minutos para preguntas del jurado, al objeto de que se puedan aclarar posibles dudas o aportar mayor información sobre la iniciativa. Para dicha presentación, cada proyecto finalista podrá hacer uso de diapositivas y/o videos de apoyo a la exposición, contando para ello con un ordenador con conexión a internet que pondrá a su disposición la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla).

SEPTIMA.- COMITÉ DE SELECCIÓN

El comité estará formado por Yolanda García Montero, Vicepresidenta de la Fundación Pública de Estudios Universitarios Francisco Maldonado de Osuna, Carlos Chavarría Ortiz, Director-Gerente de la Fundación Pública de Estudios Universitarios Francisco Maldonado de Osuna, Antonia García Parejo, Directora de la Escuela Universitaria de Osuna y por un representante de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza

El fallo del jurado será inapelable y tendrá lugar, junto con la entrega de premios, el día **15 de noviembre de 2018**.

El jurado se reserva el derecho de reclasificar, en función de su mejor criterio, las iniciativas presentadas en una categoría distinta a la solicitada por el promotor o promotora principal.

El jurado también se reserva la posibilidad de declarar los premios desiertos, así como otorgar menciones especiales.

OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD Y ACEPTACIÓN DE LAS BASES

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza y la Escuela Universitaria de Osuna (centro adscrito a la Universidad de Sevilla), se compromete a garantizar la confidencialidad de las ideas y proyectos empresariales que se presenten al concurso. No obstante, se podrán difundir características generales de los mismos, así como el nombre de los proyectos premiados y de sus promotores o promotoras.

La presentación a este concurso implica, por parte de los participantes, el conocimiento y aceptación de las presentes condiciones de participación y supone la aceptación de que la documentación presentada sea accesible en soporte papel y digital para los miembros del comité de selección con el único y exclusivo fin de que cumplan las funciones y tareas que les encomiendan las presentes bases. En ningún caso, la documentación podrá ser alterada o manipulada por los miembros del comité de selección.

Los/as participantes que se inscriban al presente concurso, se comprometen a:

- Que la información entregada es fidedigna.
- Que son autores intelectuales de las ideas que presentan y que no han hecho uso de información privilegiada o registrada sin los permisos correspondientes.
- Que los autores se hacen responsables por cualquier reclamación sobre propiedad intelectual o utilización de información de dominio privado.
- Entregar la información adicional que se le pueda requerir.

NOVENA.- DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

A los datos de carácter personal que sean conocidos o tratados por cualquiera de las partes convocantes con motivo del I Concurso de Ideas y Proyectos, les será de aplicación lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 65/46/CE (Reglamento General de Protección de Datos) y en lo que no resulte incompatible la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y el Reglamento de desarrollo de esta Ley Orgánica, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

Las partes convocantes se obligan a mantener la confidencialidad respecto a los datos de carácter personal que conozcan, cumpliendo diligentemente el deber de guarda y custodia, comprometiéndose a adoptar las medidas necesarias de índole técnica y organizativa que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal a que se tenga acceso y a evitar su alteración, tratamiento, pérdida y acceso no autorizados.

De conformidad con el artículo 26 del mencionado Reglamento (UE) 2016/679, ambas partes serán consideradas corresponsables del

tratamiento, determinando de modo transparente y de mutuo acuerdo sus responsabilidades respectivas en el cumplimiento de las obligaciones impuestas, en particular, en cuanto al ejercicio de los derechos que el interesado podrá ejercer frente a, y en contra de, cada una de las partes y a sus respectivas obligaciones de suministro de información.

Anexo I

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN

1	<u>REPRESENTANTE DEL EQUIPO</u>		
NOMBRE Y APELLIDOS		DNI	
CURSO DE MATRÍCULA DEL REPRESENTANTE		ESPECIALIDAD	
ALUMNO EGRESADO (tachar la casilla que corresponda)		SI	NO
2	<u>EQUIPO</u>		
1.- NOMBRE Y APELLIDOS		DNI	
CURSO DE MATRÍCULA		ESPECIALIDAD	
ALUMNO EGRESADO (tache la casilla que corresponda)		SI	NO
2.- NOMBRE Y APELLIDOS		DNI	
CURSO DE MATRÍCULA		ESPECIALIDAD	
ALUMNO EGRESADO (tachar la casilla que corresponda)		SI	NO
3	<u>CATEGORÍA A LA QUE SE PRESENTA</u>		
4	NOMBRE Y BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO		

En aplicación de lo dispuesto en la legislación vigente sobre protección de datos, se informa que los datos personales aportados se incorporarán a un fichero registrado, responsabilidad de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza y/o Escuela Universitaria de Osuna.

Información básica sobre Protección de Datos.

Responsable	Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.
Finalidad	Tramitar solicitud de participación en el concurso, gestionar el tipo de relación que mantiene con nosotros, y en caso de dar su consentimiento expreso, informarle sobre eventos y actividades de la Fundación que puedan ser de su interés, así como tratar los datos de forma seudoanonimizada para fines de estadística, proyectos de investigación y acciones destinadas al fomento de la creación de empresas. Los datos serán conservados mientras dure la actividad y una vez finalizada, durante el tiempo legalmente establecido.
Legitimación	Consentimiento del interesado para gestionar solicitud, y en caso de dar su consentimiento expreso, informarle sobre eventos y actividades de la Fundación que puedan ser de su interés.
Destinatarios	No se cederán datos a terceros salvo disposición legal. No se realizarán transferencias internacionales de datos.
Derechos	Tiene derecho a acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos como se explica en la información adicional
Información adicional	Puede consultar la información adicional y detallada sobre protección de datos en la página web www.andaluciaemprende.es/aviso-legal/

He leído y acepto las condiciones detalladas en la Información básica sobre protección de datos.

Deseo recibir información publicitaria sobre los eventos y actividades que lleva a cabo Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.

Anexo II

MEMORIA PLAN DE EMPRESA

*“El futuro pertenece a quienes creen en
la belleza de sus sueños”*

Eleanor Roosevelt

PLAN DE NEGOCIO

El Plan de Negocio es un documento en el que se desarrollan cada una de las áreas que determinan la actividad empresarial. Este documento requiere todo un proceso de planificación y análisis para detectar la viabilidad de la idea de negocio.

El objetivo de toda actividad empresarial es obtener rentabilidad, lo que puede ser determinante en la supervivencia de la empresa.

Además, el plan de Negocio es a su vez una tarjeta de presentación ante posibles socios o inversores interesados en participar en el proyecto, ante entidades financieras a las que se suele acudir para pedir financiación, ante instituciones públicas que puedan apoyar la idea...

Se debe tener en cuenta que el Plan de Negocio es un documento dinámico, modificable en el tiempo, ya que la empresa está inmersa en un entorno cambiante y afectado por variables ajenas o incluso desconocida. Es un documento “vivo” que el emprendedor/a debe actualizar siempre que se produzcan desviaciones significativas.

BENEFICIOS DEL PLAN DE NEGOCIO.

Los beneficios de realizar un Plan de Negocio son los siguientes:

1. Reducir la incertidumbre.

En principio, toda idea de negocio conlleva cierto grado de incertidumbre que debemos intentar reducir, cuanto más mejor, mediante la búsqueda de datos e información, análisis y estudio de todos los aspectos de la actividad empresarial. La incertidumbre no es posible eliminarla totalmente ya que existen factores externos que no podemos controlar, pero sí reducirla para que nuestras decisiones se realicen en un entorno lo más conocido posible.

2. Análisis de la viabilidad de la idea.

La viabilidad de una empresa está condicionada al cumplimiento de los cuatro aspectos siguientes:

Viabilidad técnica. Estudio necesario en las empresas de fabricación y en las de servicios. El proyecto de empresa debe estudiar la posibilidad de realización del producto/servicio previsto. Tendremos que conocer cuál es el proceso de fabricación/realización del mismo, los medios técnicos necesarios, los medios humanos que van a intervenir y su cualificación, los materiales necesarios, control de calidad, etc. El estudio de viabilidad técnica conlleva resolver la pregunta de si es posible, desde el punto de vista técnico, desarrollar eficientemente nuestros productos/servicios.

Viabilidad comercial. Un proyecto es viable comercialmente si justifica la existencia de un mercado para el producto/servicio previsto, y las ventas previstas son realistas con el planteamiento que se realiza de la empresa.

Viabilidad económica. El proyecto es viable, desde el punto de vista económico, si es capaz de generar beneficios y tiene rentabilidad.

Viabilidad financiera. El proyecto es viable, desde el punto de vista financiero, si no plantea problemas de tesorería y tiene una estructura financiera equilibrada, en cuanto a endeudamiento, solvencia y liquidez.

Todos estos conceptos deben estar ligados al sector de actividad en que se desarrollará nuestra idea de negocio.

3. Control para la gestión.

Desarrollar un Plan de Negocio posibilita el posterior control de la marcha del negocio una vez iniciada la actividad. Este control supone detectar y analizar desviaciones y, posteriormente, tomar medidas correctoras en el momento adecuado, si la empresa no cumple los objetivos previstos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

0. Ficha.
 1. Resumen ejecutivo.
 2. Análisis del grupo promotor.
 - 2.1. Antecedentes de los emprendedores.
 - 2.2. Datos y CV de los emprendedores
 - 2.3. Participaciones sociales
 - 2.4. Pertenencia a grupos desfavorecidos y emprendedores sociales.
 - 2.5. Plan de Gestión y organización de los RRHH.
 3. Oportunidad de negocio y análisis del Sector.
 4. El producto o servicio.
 - 4.1. Generación de la idea. Objetivos a alcanzar.
 - 4.2. Novedades de la idea
 - 4.3. Presentación / calidad.
 5. Tecnología.
 6. El mercado. Los clientes y la competencia.
 - 6.1. El mercado
 - 6.2. Identificación de la competencia
 - 6.3. Identificación de los clientes (Target).
 7. Plan Marketing y Comunicación. Estrategia de Posicionamiento y Segmentación del Mercado.
 - 7.1. Producto
 - 7.2. Precios
 - 7.3. Distribución
 - 7.4. Promoción / comunicación
 8. Stock y almacén
 - 8.1. Suministros
 - 8.2. Formas y plazos de pagos y cobros.
 9. Establecimiento, localización e instalaciones
 10. Plan de producción y organización del servicio.

- 10.1. Producción
- 10.2. Organización del servicio.
- 11. Plan Económico-financiero.
 - 11.1. Cálculo de la inversión inicial y su detalle.
 - 11.2. Plan de Inversiones
 - 11.3. Plan de financiación
 - 11.4. Balance de situación previsional a tres años
 - 11.5. Cuenta de resultados previsional a tres años
 - 11.6. Plan de tesorería a tres años
- 12. Cálculo del punto muerto.
- 13. Otras. Seguros, permisos y prevención de riesgos laborales. Legislación.
- 14. Factores clave. DAFO.
- 15. Plan de Acción. Cronograma operativo del plan de negocio. Diagrama de Gantt.
- 16. Conclusiones.

0. FICHA EMPRESA

RAZÓN SOCIAL:

DOMICILIO:

POBLACIÓN:

TELÉFONO:

FAX:

E-MAIL:

FORMA JURÍDICA:

PERSONA DE CONTACTO:

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

CNAE 2009:

FECHA DE REGISTRO:

FECHA DE ALTA IAE:

Nº DE SOCIOS	Nº DE TRABAJADORES	INVERSIÓN	FACTURACIÓN

1. RESUMEN EJECUTIVO.

El resumen ejecutivo es un resumen del plan de negocio que debe proporcionar un entendimiento global del proyecto y no debe tener una extensión superior a las dos o tres páginas.

Los principales puntos que debe contener el resumen ejecutivo son:

Presentación de la oportunidad de negocio detectada.

- Introducción al Sector, al mercado e identificar el elemento diferenciador de la empresa.
- Exposición de los productos o servicios.
- Resumen del Plan de Marketing.
- Resumen de los datos financieros y de la inversión inicial necesaria.
- Descripción del equipo promotor y de los RRHH. Experiencias relacionadas.
- Estado actual del proyecto o empresa.

2. ANÁLISIS DEL GRUPO PROMOTOR

2.1 Antecedentes de los promotores

Motivos de la iniciativa empresarial.

Objetivos personales para poner en marcha la empresa.

Indicar en qué ayudará la experiencia profesional previa en la presente iniciativa.

Indicar cómo se resolverán los problemas del trabajo en grupo.

2.2 Datos y CV de los emprendedores

Detallar aspectos de los participantes en el proyecto que hagan mención especial a anteriores trabajos relacionados con esta iniciativa y a la situación laboral actual.

Detallar sus nombres, DNI, y edades.

Breve descripción de los CV de los emprendedores.

2.3 Participaciones sociales

Detallar el desglose de las participaciones de los socios promotores del proyecto empresarial.

Nombre socio	DNI	Capital Suscrito	% sobre el Capital	Clase de participación (laboral / general)	Capital desembolsado

2.4 Pertenencia a grupos desprotegidos y emprendedores sociales.

Indicar la pertenencia a algunos de los grupos desfavorecidos (mujeres, menores de 25 años, menores de 30 años con menos de 180 días cotizados, exreclusos, Inmigrantes, etc....).

Indicar la pertenencia a emprendedores sociales.

2.5 Plan de Gestión y organización de los RRHH.

En este apartado debe mostrarse que la empresa cuenta con el equipo humano necesario para el éxito del proyecto, tanto a nivel tecnológico como empresarial. Asignación de tareas y responsabilidades en el grupo de trabajo. Asimismo, debe indicarse los perfiles que serán necesarios cubrir a corto y medio plazo.

Estructura y organigrama de la organización:

- Órganos que la componen.
- Tareas, responsabilidades y niveles de autoridad de cada órgano.
- Subcontratación de personal: asesores externos, consejeros independientes, acuerdos entre socios y colaboraciones externas, etc.
- Política de retribución de los trabajadores, equipo gestor y equipo directivo.
- Plan de formación.
- Puestos vacantes y acciones que se tomarán para cubrirlos.
- Política de RSC.

3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO Y ANÁLISIS DEL SECTOR

El inicio de cualquier proyecto empresarial es la detección de una oportunidad de negocio. En este sentido, debe reflejarse de manera clara cuál es el problema que sufre el cliente, qué hace de manera ineficiente o qué podría hacerse de manera más eficiente, cómo aplicando la innovación en productos o servicios se abren nuevas oportunidades de negocio.

Adicionalmente, es necesario concretar el valor económico de la oportunidad. Por tanto, las preguntas a resolver son:

- ¿Qué hacen los clientes de manera no eficiente?
- ¿Qué necesidades se podrían satisfacer mejor?
- ¿Qué valor económico tiene oportunidad?

Paralelamente, con el objeto de determinar el sector y su potencial de crecimiento, debe describirse con claridad el sector donde se competirá.

Facilidad entrada / salida: Barreras tecnológicas / legales.

4. EL PRODUCTO O SERVICIO

4.1 Generación de la idea. Objetivos a alcanzar.

¿Cómo surge la idea?, características de la idea empresarial. Descripción del producto/servicio. Si hay varios nuevos servicios/productos es necesario describirlos separadamente.

Necesidades del mercado que vayan a satisfacer.

Indicar la temporalización del Proyecto, las fuentes de financiación en la temporalización del proyecto, metodologías de trabajo, patrocinadores y colaboradores, recursos con los que cuenta el Proyecto, mediciones y evaluaciones iniciales.

Objetivos a alcanzar: deben ser medibles, concretos y definidos. Establecimiento de indicadores de consecución de objetivos.

4.2 Novedades de la Idea

Qué características del negocio son innovadoras o diferentes de los demás.

Ventajas respecto a los productos/servicios similares del mercado.

Existencia en el mercado de otros productos/servicios que se complementan con los de esta iniciativa.

Necesidades de relación con otro tipo de empresas.

Relación con nuevos yacimientos de empleo.

4.3 Presentación / Calidad

Nombre del producto/servicio. Comprobación de que no existe otra con la misma denominación. Protección jurídica.

Desarrollo futuro de la idea o del producto.

Marca y estrategia. Protección jurídica.

Control de calidad del producto / servicio.

5. TECNOLOGÍA

Plan de I+D+i. Aspectos tecnológicos a desarrollar. Calendario y presupuesto. Tecnología propia o no. Indicar si la tecnología es fruto de un desarrollo propio o no y su patente.

Personal o departamento de I+D+i. Principales contingencias tecnológicas y cobertura.

Investigadores de prestigio y/o colaboraciones para el desarrollo tecnológico.

Indicar los distintos aspectos tecnológicos que puedan influir en la ejecución del proyecto empresarial.

6. EL MERCADO: LOS CLIENTES Y LA COMPETENCIA

6.1 El Mercado

Mercado real: área geográfica que se pretende cubrir, añadir datos cuantitativos de población a la que va dirigido el producto/servicio.

Motivo de la selección de dicha área: accesos y comunicaciones.

Mercado potencial: área geográfica que se puede cubrir, datos cuantitativos.

Segmentación: clasificación.

6.2 Identificación de la competencia

Enumerar las empresas que fabrican / prestan parecidos o idénticos servicios/productos.

Implantación en el mercado de la competencia.

Cómo se publicitan, que antigüedad tienen, qué nicho de mercado ocupan.

Por qué clientes de la competencia pueden ser clientes de esta iniciativa empresarial.

Puntos fuertes y débiles de la competencia.

6.3 Identificación de los clientes (Target)

Definir a los clientes -si se conocen por anteriores experiencias profesionales mencionarlos -, hábitos de compra, horas, días, estación del año, periodicidad, volumen de compra, qué productos/servicio prefiere, capacidad de compra, qué cualidades buscan en el producto/servicio.

Estudio de mercado.

Objetivos comerciales. Estimación de la cuota de mercado

Necesidades del cliente.

7. PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

7.1 Producto/Servicio

Hacer mención a la marca del producto/Servicio, al envase del producto y etiquetado y al soporte (mantenimiento, servicio post-venta, garantía, etc.). El desarrollo de la marca y su protección jurídica.

Seguimiento y control del desarrollo de los productos/servicios, establecimiento de indicadores de consecución de objetivos en el desarrollo de los mismos.

Gestión del conocimiento generado. Marketing del producto/servicio.

7.2 Precios

Política de precios: precios/costos de producción; precios/competencia.

Costes fijos, costes de comercialización y venta; por debajo de qué precio no se puede vender/prestar el servicio.

Precio promocional, en fecha señaladas, por tipo de cliente (estrategias de precios).

Relación de factores internos y externos que influyen en el cálculo del precio.

Estrategia de precios de la competencia.

Metodología utilizada para la fijación del precio.

Condiciones comerciales de venta y pago.

7.3 Distribución

Comercialización y grado de implantación del nuevo producto/servicio.

Hacer mención a los canales de distribución, o a los canales de captación de clientela; posibilidad de acceder a los canales ya establecidos.

Posibilidad de venta al consumidor final. Plazos de entrega.

Utilización de agentes comerciales, necesidad, tipos de contratación, conocimiento del mercado por parte de ellos.

7.4 Promoción / Comunicación

Forma de dar a conocer la empresa a la clientela.

Comunicación habitual con la clientela. Campañas de comunicación.

Productos de muestra, vales regalo, promociones especiales, regalos de empresa, carné de cliente, propaganda de mano, fiesta inaugural, anuncios radio, prensa.

Imagen de empresa: logotipo, protección jurídica, papelería, embalajes, rótulos, elementos de señalización exterior,...

Plan de medios y objetivos a alcanzar.

Plan de promoción y objetivos a alcanzar.

Captación de clientes. Atención al cliente. Web 2.0, Web 3.0 y redes sociales.

8. STOCK Y ALMACÉN (NECESARIO EN CIERTAS EMPRESAS)

8.1 Suministros

Materia prima necesaria para producir/prestar el servicio que deberá tenerse en stock: relación y cantidades.

Mínimos, plazos de entrega. Lugar de almacenamiento/condiciones.

Rotación del stock. Plazos de compromisos de entrega, tanto de proveedores como de clientes. Análisis en la elección de los proveedores: criterios de rendimiento, criterios económicos, criterios legales, etc.

8.2 Formas y plazos de pagos y cobros

Existen sistemas establecidos en el mercado en cuanto a plazos de pago, tanto con los proveedores como con los clientes. Otras posibilidades.

Condiciones y posibles acuerdos comerciales de venta y pago.

9. ESTABLECIMIENTO. LOCALIZACIÓN E INSTALACIONES.

Oficinas/Local/Nave: propio o de alquiler.

Cumplimiento en las instalaciones de la empresa de la normativa legal para realizar la actividad de la misma.

Comunicaciones (Internet, redes locales, e-business...).

Cumplimiento en las instalaciones de la empresa de las medidas de seguridad legales o complementarias.

Instalaciones, adecuaciones de local.

10. EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO.

10.1 Producción

Materias primas necesarias, cantidad mínima, precio unitario, normativa específica (carné de manipulador, permiso de sanidad, etc.).

Fases de fabricación y su incidencia en la comercialización.

Energía necesaria, técnicas productivas, tiempo de producción, instrumentos y/o herramientas necesarias.

Capacidad máxima y mínima de producción en un día, en un mes.

Necesidad de empresa auxiliar.

Control de la calidad. Departamento de calidad.

Seguimiento y control de la producción, establecimiento de indicadores de consecución de objetivos en la producción.

10.2 Organización del servicio

Demanda del servicio, especificación de la demanda (documento/ficha de recepción y aceptación de la demanda). Plazo de preparación. Plazo de ejecución.

Evaluación. Factura. Cobro.

Confección de presupuesto.

Valoración del coste/hora de prestación del servicio.

Capacidad máxima y mínima de prestación de servicio.

Subcontratación/contratación a profesionales.

Contratación de personal: costes, tipos según empresas

11. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

11.1 Cálculo de la inversión inicial y su detalle

Descripción de las inversiones necesarias. El importe total de activos y de financiación tienen que cuadrar.

ACTIVO	IMPORTE	FINANCIACIÓN	IMPORTE
		Recursos propios	
		Recursos ajenos L/P	
		Recursos ajenos C/P	
		Otros	
TOTAL		TOTAL	

Periodo de recuperación de las inversiones.

ACTIVO	AÑO	IMPORTE BENEFICIO NOMINAL	IMPORTE BENEFICIO REAL	COSTE ACTIVO	DIFERENCIA COSTE - BENEFICIO REAL	TIPO INTERÉS (%)
	1	0	0	0	0	0
	2	0	0	0	0	
	3	0	0	0	0	
	4	0	0	0	0	
	5	0	0	0	0	
	6	0	0	0	0	1
	7	0	0	0	0	
	8	0	0	0	0	

11.2 Plan de Inversiones

Descripción de las inversiones a realizar por la empresa en ejercicios posteriores al primero con indicación del destino de los fondos.

PLAN DE INVERSIONES	AÑO DE INVERSIÓN
INMOVILIZACIONES MATERIALES	
Terrenos y bienes naturales	
Construcciones	
Bienes de equipo	
Instalaciones técnicas	
Maquinaria	
Uillaje	
Mobiliario	
Elementos de transporte	
Otros	
INMOVILIZACIONES INTANGIBLES	
Gastos de investigación y desarrollo	
Propiedad industrial	
Fondo de comercio	
Derechos de traspaso	
Aplicaciones informáticas	
Otros	

11.3 Plan de financiación

Plan de financiación prevista. Breve descripción de las fuentes, plazos....(sin cifras).

11.4 Balance (Coincidir con ecofin).

Activo y el pasivo. Para Proyectos de Creación es necesaria la previsión a 3 años.

Para Proyectos con ejercicios anteriores previsión de uno ó dos años anteriores, el año en curso y dos posteriores.

11.5 Cuenta de resultados. (Coincidir con ecofin).

Gastos y los ingresos. . Para Proyectos de Creación es necesaria la previsión a 3 años.

Para Proyectos con ejercicios anteriores previsión de uno ó dos años anteriores, el año en curso y dos posteriores.

11.6 Plan de tesorería. (Coincidir con ecofin).

Dinero que se necesita. Para Proyectos de Creación es necesaria la previsión a 3 años.

Para Proyectos con ejercicios anteriores previsión de uno ó dos años anteriores, el año en curso y dos posteriores.

12. CÁLCULO DEL PUNTO MUERTO

Cantidad de facturación a partir de la cual se empieza a obtener beneficios.

13. OTRAS. SEGUROS, PERMISOS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. LEGISLACIÓN. CERTIFICACIONES DE CALIDAD. MEDIDAS DE ECONOMÍA SOSTENIBLE.

Indicar los tipos de seguros necesarios y voluntarios: robo, accidentes, responsabilidad civil.

Hacer referencia a tipos de permisos especiales, si lo tuvieran.

Indicar el cumplimiento de la empresa de la normativa en materia de prevención de riesgos. Mutua.

Indicar el cumplimiento en la empresa de la normativa que le es aplicable y las medidas a adoptar para su cumplimiento: Sanidad, Medioambiente, etc...

Legislación y reglamentos relacionados con el sector. Aspectos medioambientales y su regulación.

Estudiar las certificaciones calidad.

Estudiar las medidas de Economía Sostenible que aplicará el proyecto empresarial.

14. FACTORES CLAVE. DAFO

Indicar los factores clave de éxito del proyecto, es decir, el conjunto de circunstancias físicas, financieras, personales, demográficas, etc., que resultan determinantes para el éxito de la iniciativa empresarial.

Hacer referencia al entorno, al mercado, a la estrategia de negocio, al proceso productivo y a las características personales.

Análisis DAFO.

15. PLAN DE ACCIÓN. CRONOGRAMA OPERATIVO DEL PLAN DE NEGOCIO. DIAGRAMA DE GANTT.

Elaborar diagrama de Gantt con la temporalización del Proyecto empresarial identificando los principales hitos.

Insertar gráfico con los indicadores más relevantes:

- Inversiones.
- Financiación.
- Ventas.
- Tesorería,
- etc...

16. CONCLUSIONES

Indicar las conclusiones del proyecto.