PROYECTO EMPRESARIAL

En esta primera unidad de la asignatura vamos a desarrollar los siguientes aspectos de un proyecto empresarial:

Fase I: **Los promotores de la idea**
Fase II: **La idea emprendedora**: elección de la actividad a la que se va a dedicar el negocio.
Fase III: Elección del nombre y logotipo.
1. Nombre.
2. Logotipo.

Fase IV: **Ubicación**.
Fase V: **Presentación inicial del proyecto**.
- Sector de actividad
- Análisis DAFO

Fase VI: **Resumen ejecutivo**

El **plan de empresa** también llamado **Plan de negocio**, es un documento que desarrolla una idea de negocio, hasta convertirla en un proyecto empresarial con todo el detalle necesario para poderlo llevar a la práctica. En él se identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma.

A lo largo del curso, vais a elaborar un cuaderno de trabajo en el que incluiréis las actividades básicas que vamos a elaborar en cada unidad.

En Word abriréis un documento y a insertar una Portada en la que rellenaréis los campos de texto con el NOMBRE DE LA EMPRESA y los NOMBRES DE LOS ALUMNOS que forman el grupo de trabajo.

A continuación, en la primera página incluiréis el **ÍNDICE** del trabajo

En una carpeta distinta con el nombre **ANEXOS** se incluirán distintos trabajos que elaboraréis durante el curso.

A continuación, en la siguiente página, vamos a comenzar a crear vuestra empresa.

FASE I: LOS PROMOTORES DE LA IDEA.

En el **archivo del PLAN** se incluyen datos de los promotores de la idea (nombre y cargo a ocupar).

Se trata de realizar una breve presentación de los alumnos que vais a desarrollar el proyecto empresarial. En esta presentación deberá figurar:

- ¿Quiénes son los alumnos promotores?
- Sus características personales: capacidades, habilidades.
- Sus características profesionales: formación académica, experiencia laboral.
- Experiencia como promotores.
- Conocimientos de los productos, del sector, de la zona, del mercado,….
- Cualquier otro dato que consideréis de interés.

Adicionalmente, tenéis que añadir vuestro Curriculum Vitae en una carpeta que llamaréis ANEXOS.

Tarea:

a. Abrimos otro archivo distinto en Word.
b. Insertamos una portada llamada: ANEXOS I: Curriculum vitae de los promotores.
c. Pautas para elaborar el Curriculum vitae:

https://www.emprendersolucionesdeempleo.com/single-post/Guia-de-Como-hacer-un-CV-perfecto-2018
https://europass.cedefop.europa.eu/editors/es/cv/compose

FASE II: LA IDEA EMPRENDEDORA.

1) BÚSQUEDA DE IDEAS.

Un proyecto de empresa se desarrolla siempre en torno a una idea previa de negocio pero, ¿cómo surge una idea de negocio y qué factores la determinan?

o La inquietud empresarial que pueda poseer una persona, así como su necesidad de autoempleo, su espíritu emprendedor y su creatividad.
o La capacidad de invención así como los conocimientos que posea sobre mercados, sectores de actividad o negocios determinados.
o Los gustos y aficiones de la persona, así como su formación o experiencia laboral.
o Por necesidades del mercado.
o Por conocimientos sobre el tema o sector.

Partiendo de estas premisas, la idea surge cuando la persona siente o capta:
- **Una nueva necesidad aún no satisfecha** por el mercado.
- **Una** modificación o **variación de una necesidad ya existente** que puede significar una nueva oportunidad de negocio.

La **creatividad** da origen a ideas de negocio innovadoras.
La **innovación** puede venir:
o Por parte del producto: creamos un producto que no existía antes en el mercado, por ejemplo los teléfonos inteligentes
o Innovación en cuanto a quién le ofrecemos el producto, por ejemplo las cuchillas de afeitar para mujeres
o Innovación en la organización de la empresa, por ejemplo las empresas con tele trabajadores.
o Innovación en cuanto al tiempo, por ejemplo la oferta de helados en invierno.
o Innovación en cuanto al espacio, por ejemplo los espectáculos de teatro en restaurantes.
o Innovación en los procesos, por ejemplo la recogida mecánica de frutas.

¿DÓNDE BUSCAR IDEAS?

- Revistas y periódicos económicos (emprendedores, ideas y negocios, expansión, etc.)
- Observando a tu alrededor, hábitos, cambio de costumbres.
- Investigando en otras ciudades y países.
- Teniendo en cuenta tus gustos, hobbies o aficiones.

Como futuros emprendedores tendréis que pensar en posibles ideas sobre actividades empresariales que iréis analizando hasta poder elegir una de ellas.
Para ello observad la situación actual del mercado y obtened información real sobre los diferentes negocios que vayáis ideando. Su finalidad es profundizar un poco más en el conocimiento de los mismos hasta reunir elementos de juicio suficientes para la realización de un primer análisis que os permita establecer una selección de las ideas posibles, y elegir finalmente la que pueda considerarse más adecuada.

Con el fin de seleccionar ideas, podemos seguir el siguiente proceso:
1. Agrupar ideas parecidas.
2. Desechar las que necesiten grandes cantidades de fondos si no existen posibilidades de obtenerlos
3. Valorar las que sigan las tendencias de los mercados
4. Excluir las que necesiten altos conocimientos técnicos, si éstos no se poseen.

Podéis utilizar las siguientes web:

www.1000ideasdenegocio.com
www.100ideasparaemprender.com
www.ideasdenegocio.com

TAREA 1:

El grupo tiene que presentar un total de 4 ideas:

a) Investiga una idea de negocio que funcione en otros países y que podría implementarse en España. [Explica el qué y el porqué de tus ideas].

b) Investiga una idea de negocio de algún producto o servicio existente hoy en día que podría sufrir una cierta modificación y satisfacer mejor las necesidades del consumidor. [Explica el qué y el por qué de tus ideas].
c) Anota un problema que observes en tu vida cotidiana. Justifica la posibilidad de diseñar una solución extraordinaria que aporte valor y soluciones ese problema. Transforma los problemas en ideas, expresándolas con claridad.
d) Piensa en tus hobbies y busca una posible idea de negocio asociada a uno de esos hobbies. [Explica el qué y el por qué de tus ideas].

Todas las ideas deben estar redactadas brevemente de tal modo que la idea de negocio sea comprensible para cualquier persona y todos podamos imaginar ese posible negocio.
Explicad a continuación brevemente en qué consistiría el negocio a vuestros compañeros.

2) VALORACIÓN DE LAS IDEAS.

a) Compartid con vuestros compañeros del grupo las ideas propuestas, describidlas en un post-it y compartidlas con el resto.
b) Valorad, de entre las ideas propuestas, sólo las 5 que más os gusten (ideas finalistas).

Para cada una de estas ideas finalistas, utilizad el siguiente cuestionario.

Abrid una hoja Excel y elaborad una tabla de siguiente tipo.
Valorad en grupo las 5 ideas elegidas utilizando la tabla.

Valoraciones: de 1 (peor)… … a 5 (mejor)

	Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4	Idea 5
1. El producto o servicio tiene posibles clientes a un precio razonable.....					
2. Podemos fabricar el producto o servicio con un coste aceptable.					
3. El producto o servicio tiene algo realmente diferencial					
4. Existe una clara necesidad en el mercado					
5. ¿Existen competidores en el mercado?					
6. ¿Conozco la inversión aproximadamente requerida?					
7. Contamos con los recursos, propios o ajenos, suficientes o tenemos posibilidades de conseguirlos					
8. Se tiene algo de experiencia en el negocio y en el sector					
9. Tenemos ya definidos nuestros clientes potenciales					
10. Tenemos realmente ilusión de entrar en este negocio					
11. Estamos dispuestos a trabajar muy duro y mucho tiempo					
12.Nuestra familia comparte nuestra ilusión y nos apoya					
TOTAL:					

Seleccionad las dos ideas que más puntuación hayan obtenido.

c) Vamos a realizar una breve **encuesta** entre el resto de compañeros de la clase.

Cada miembro del grupo va a explicar las dos ideas finalistas a 5 personas de la clase que puntuarán cada una de ellas de 1 a 5.
Elaboraréis un cuadro como el siguiente:

	Encuesta 1	Encuesta 2	Encuesta 3	Encuesta 4	Encuesta 5	TOTAL
Idea 1						
Idea 2						

Comprobad si el resultado obtenido coincide con la idea que había obtenido una mayor puntuación.

FASE III. ELECCIÓN DEL NOMBRE Y LOGOTIPO.

1) EL NOMBRE: NAMING

Una vez que elegida la idea hay que darle un nombre ¿cómo puedes encontrar el adecuado? El nombre debería dar a la gente una idea de la naturaleza de tu empresa y proyectar la imagen que quieres tener. Los nombres pueden ser simples, sofisticados y hasta graciosos. Selecciona un nombre lo más corto posible, se recuerda mejor.

El nombre de la empresa es su tarjeta de presentación, tu sello distintivo y, por tanto, debe reunir una serie de características específicas; entre otras: Descriptivo, Original, Atractivo, Claro y simple, Significativo, Agradable.

Por lo tanto, llega el momento de pensar qué nombre vamos a poner a nuestra empresa, ya que una empresa no es solo su nombre, pero su nombre dice mucho de ella.
Comenzamos con el siguiente video:

Fans, no clientes: https://www.youtube.com/watch?v=KfprZg2OEe4

Por esto seguiremos un proceso cuidadoso hasta llegar a él, de forma que evitemos situaciones como estas.

http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/2012/10/de-verdad-es-tan-importante-elegir-un.html

https://www.youtube.com/watch?v=WuznUS5Izb0

https://www.youtube.com/watch?v=nfDAVK3WP04

Observa las siguientes marcas y piensa qué error cometieron al elegirlos:

a) Knorr:

b) Empresa de construcción (C.A.E.)

Para ello seguiremos estas indicaciones, en las que encontraréis algunas pistas y técnicas para coger nuevas ideas para buscar un nombre:

Apellidos: Nombres que son representantes de los nombres de familia formal, apellidos, o etiquetas históricas. (Gillette, Siemens, Dell, Ford).
Nombres funcionales: los nombres funcionales son meramente descriptivos de lo que una empresa o producto. (Pizza Hut, General Motors).
Inventar nombres: los que se basan en raíces griegas y latinas, y las construcciones poéticas que se basan en el ritmo y la la experiencia de decirlas. (Xerox, Oreo, Wii, Kodak).
Nombre experiencial: los nombres de experienciales ofrecen una conexión directa con la realidad o una metáfora de ésta. (Explorer, Windows, El Hotel de la Risa, JerteXtrem).
Derivación: Se añade un prefijo o sufijo a una palabra ya existente. Ejemplo: Vueling, Globalia, Aqualia, etc.
Composición: Uniendo dos palabras del mismo o distinto idioma. Ejemplo: Facebook, Youtube, HipotecaFácil, etc.
Descontextualización: Utilizar una palabra genérica o nombre propio sin una relación directa con nuestros productos. Ejemplo: Apple, Lotus, Fuji, etc.
Siglas y acrónimos: Puedes utilizar iniciales o letras de distintas palabras. Ejemplo: BMW. INTEL, BBC, etc

También tendréis en cuenta estos factores que nos ayudarán a acertar lo máximo posible:

Largo del nombre
Una sola palabra, o dos como máximo. Con la menor cantidad de sílabas.
Lectura y Pronunciación (Sonido)
Debe ser fácil de leer e interpretar. La pronunciación varía en diferentes idiomas y culturas, por lo tanto, cuantas más culturas se tengan en cuenta en el naming, mejor.
Pregnancia
El nombre de la marca debe ser fácil de recordar. La mente tiene un período de interés variable, que en la mayoría de los casos no llega a dos segundos.
Significado y asociación cultural
Dependiendo del público receptor, el naming se realiza considerando diferentes aspectos propios de cada región, buscando un valor positivo en cada una de ellas. Hay palabras que dependiendo de donde se usen pueden tener un significado u otro. Si tu mercado llega a diferentes fronteras deberás tenerlo en cuenta. A la hora de valorar el significado cultural no solo debes medirlo desde la perspectiva del territorio de actuación, cuida también que no suponga algo negativo desde la visión de género, razas, religiones... un pequeño error puede hacer que pierdas una gran cartera de clientes.
Sugestión
Además de lo obvio (relativo al producto o servicio en cuestión) debe de sugerir algo relativo a la cuestión sicológica y emotiva del ser humano. Este aspecto es muy importante, hace referencia a los valores de nuestros productos y cómo conectan con nuestros clientes, a la experiencia que generamos cuando alguien utiliza nuestros servicios o entra en nuestra tienda. ¿Qué quieres transmitir? Calidad, cercanía, profesionalidad, lujo, accesibilidad, sostenibilidad,... Son valores que pueden aparecer en tus productos, y en caso de no aparecer deben ser intuidos por tu cliente.

Creatividad
Esto es lo que dotará al nombre de una personalidad propia. Dale un toque humano, original y personal. Inspírate en los nombres de otros productos o empresas que te gustan, aunque no sean del mismo sector que tu proyecto.
Legalidad
Asegúrate que tu marca no exista ya. Lo más sencillo es mirar en internet. O consultar en la Oficina Española de Patentes y Marcas. Suena duro, pero no te preocupes, es más fácil de lo que piensas.

TAREAS: En vuestro archivo de proyecto.

I. Búsqueda del nombre:

- En primer lugar cada miembro del grupo de forma individual generará el máximo de nombres que se le ocurran.
- Más adelante se compartirán con el grupo.
- Después el grupo generará nuevos nombres.
- El grupo elegirá de entre todos los anteriores los cinco que más les gusten.
- Finalmente se elaborará una tabla para la evaluación de las ideas:

Naming propuesto	¿fácil de recordar? Pregnancia	¿Se diferencia de otras marcas del sector?	¿Podrá conectar con el cliente?	¿Se perciben los valores que nos interesan?	Puntuación total
Naming 1	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
Naming 2	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
Naming 3	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
Naming 4	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
Naming 5	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	

- Escribir los cinco nombres en un folio y el resto de los grupos pasarán a ver y señalar cuál de las opciones les gusta más, señalándola con una cruz.
- Seleccionar el nombre.

II. Justificación del nombre elegido:

En vuestro documento del Proyecto justificaréis el nombre elegido. Algunas pautas que podéis incluir:
- Por su significado.
- Porque resulta llamativo.
- Porque está relacionado con el producto.
- Porque es el nombre del propietario.
- Otros motivos (especifícalos)

Ejemplo. Una empresa dedicada a la comercialización de pescados y mariscos podría llamarse: Marescot. El nombre evoca la actividad de la empresa (mar, marisco), se lee sin dificultad, no es demasiado largo, tiene sonoridad, es fácil de recordar…

2) EL LOGOTIPO

El **logotipo,** símbolo gráfico representativo de la empresa, es el emblema de la empresa. Buscad un logo que se asocie al nombre de la empresa que habéis escogido y justificad el diseño, el color, los detalles…

Como el nombre, el logo debe ser diseñado cuidadosamente para que proyecte la imagen que quieres que tu empresa tenga. Su diseño puede perseguir distintos objetivos:

- representar el producto o servicio que se va a comercializar
- resultar atractivo

- fácil de recordar
- otras razones

En el siguiente enlace podéis leer algunas historias de logotipos:

http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/2012/10/historias-de-logos.html

Algunas sugerencias prácticas para pensar en vuestro logo:

- Debe partir de los valores y mensajes de tu marca.
- No uséis nunca más de 3 colores.
- La simplicidad es la clave, a veces nos complicamos demasiado.
- Escoged una fuente tipográfica que pueda leer incluso tu abuela.
- No uséis efectos especiales (degradados, sombras, reflejos y destellos de luz).
- El logo debe tener alguna conexión con lo que representa.
- Mirad los de la competencia para que el vuestro sea único en su entorno, sector,…
- Podéis añadir elementos de tu trabajo (entornos, herramientas, iniciales,…)
- Confirmad que el logotipo resulta atractivo al menos para 3 o más personas distintas.

TAREA en el documento de vuestro Proyecto:

I. Diseñar un logotipo para vuestra empresa.
II. Pegar el logotipo en el documento.

Herramientas a utilizar: además de vuestra creatividad, lápiz, papel, rotuladores,… o alguna herramienta online. Podéis utilizar Word, Paint o alguna imagen de internet.

http://www.vistaprint.es/diseno-de-logotipos/anadir-texto.aspx?tabJump=8&logo_id=39789877&pf_id=088&rd=2

https://www.logaster.com/

http://www.logoease.com/LogoSamples.aspx

En este enlace encontraréis imágenes gratis.
http://www.wylio.com/

Además, también podéis leer algunos consejos más en el siguiente enlace:

http://es.fuelyourcreativity.com/20-reglas-para-crear-un-logotipo/

Si os gustan los logos y queréis poner a prueba vuestros conocimientos, aquí encontraréis JUEGOS DE LOGOS:

http://deivizg.eresmas.com/juegos2.htm

También podéis comprobar cuánto sabéis de logos descargando alguna aplicación Logos Quiz para Android.

ENLACES DE INTERÉS para este apartado:
http://iniciafp.es/?s=marca&x=0&y=0
http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/

FASE IV. UBICACIÓN.

En los proyectos de empresa se debe justificar la ubicación del negocio en un espacio concreto.

Factores de localización industrial:

- Disponibilidad y coste del terreno
- Facilidad de acceso a las materias primas
- Existencia de mano de obra cualificada
- Existencia de empresas auxiliares (componentes, asistencia técnica, etc.) y servicios (agua, energía, saneamiento, hostelería, etc.)
- Transporte y comunicaciones
- Legislación fiscal, laboral, medioambiental.
- Otros factores: ayudas, desarrollo económico de la región, etc.

Factores de localización comercial y de servicios:

- Proximidad a la demanda
- Visibilidad del local
- Coste del local
- Facilidad de comunicaciones y comodidad de acceso
- Complementariedad de actividades

Vamos a elaborar a continuación el **mapa de ubicación** de vuestro negocio.
TAREA 1:
Discutid la decisión de ubicación. Información a incluir: zona en la que buscaréis, ¿alquiler o compra?, coste máximo, superficie necesaria, otras características,…

TAREA 2:
Buscad la localización exacta de vuestro negocio entrando en el portal inmobiliario que aparece en el siguiente enlace:

http://www.idealista.com/

Una vez localizado el local tenéis que incluirlo en vuestro trabajo incluyendo:

- Dirección exacta.
- Capturad y pegad la imagen de la ubicación (para generar la imagen: google.maps) y alguna del negocio si está disponible. Incluid un plano si es posible.

FASE V: PRESENTACIÓN INICIAL DEL PROYECTO:

Definición de la idea empresarial lo más exacta posible de la actividad a la que os vais a dedicar.
Una vez elegida la idea de negocio, es necesario definirla con más detalle. Para ello podéis utilizar la información anterior que habéis ido elaborando.

1. Descripción de la idea elegida:
    - Aspectos básicos de la idea.
    - Razones por las que pueda tener éxito y las dificultades a las que pensáis que os vais a enfrentar.
    - Necesidades que cubre vuestra idea de negocio.
    - ¿Por qué pensáis que tendrá aceptación?
    - ¿Qué objetivos perseguís?
    - ¿Hay mucha competencia?
    - Ámbito de actuación (local, provincial, autonómico, nacional, internacional)
    - Público objetivo: mercado al que se quiere orientar la empresa.
2. Justificación de la idea:
    - ¿Por qué se ha elegido?

- Vinculación con el proyecto de los promotores. Relacionar con cualidades, gustos, aficiones, estudios actuales o futuros

3. Ventajas competitivas:
    - ¿Cuáles son los factores claves de éxito?
    - ¿Cuáles son las peculiaridades de nuestro producto, que lo hacen diferente a otros similares en el mercado?
    - ¿Qué ofreceremos que hará que el cliente nos prefiera?
    - ¿Qué ventajas tendrán nuestros consumidores por el hecho de elegirnos?
4. ¿Qué inversión inicial "aproximada" sería necesaria?
5. Presentación de la idea:

Buscad la forma más original de mostrar los principales aspectos de vuestra idea incluyendo además de los aspectos tratados en los puntos anteriores el **nombre, logotipo y localización** (póster, vídeo, **power-point**...). **Posteriormente** haréis una presentación de vuestra idea en la clase.

SECTOR DE ACTIVIDAD.

Se trata de explicar en qué sector se integraría vuestro negocio. Para ello:
- Describid el sector.
- Describid la rivalidad existente en el sector: posibles competidores, número,…
- Perfil del consumidor:
    - Variables demográficas: sexo, edad, estado civil.
    - Variables económicas: poder adquisitivo.
    - Variables geográficas: principales zonas objeto de prospección.
- Diferenciación de vuestros productos respecto a los de la competencia:
    - Características del producto que lo diferenciarán de los de la competencia.
    - Forma de distribuir el producto.
    - Políticas de calidad total.
- Posibles proveedores:
    - de materias primas necesarias para producir.
    - de elementos de oficina duraderos.
    - de suministros básicos: luz, agua, teléfono, internet.
- Políticas de Responsabilidad Social Corporativa:
    - Elabora un código de buenas conductas: conciliación de la vida laboral y profesional, utilización de materias primas no perjudiciales para el medio ambiente, protección y defensa del consumidor, esponsorización, donaciones, condiciones laborales para trabajadores, mejorar el impacto medioambiental (control de emisiones),…

ANÁLISIS DAFO.

Es necesario incluir un análisis de la situación de partida en que se encontraría la empresa.

Podemos utilizar el análisis DAFO, que pretende estudiar aspectos como los siguientes:

DEBILIDADES (internas)	FORTALEZAS (internas)
1. ¿Se tiene algo de experiencia en el negocio y en el sector? 2. ¿Los consumidores entienden el concepto de producto, lo consideran importante mejora? 3. El "producto mínimo viable" (prototipo) es demasiado costoso.	1. Tenemos realmente ilusión de entrar en este negocio 2. Estamos dispuestos a trabajar muy duro y mucho tiempo. 3. Nuestra familia comparte nuestra ilusión y nos apoya. 4. Existe una verdadera innovación que justifica el probable éxito. 5. ¿Los consumidores entienden el concepto de producto, lo consideran importante mejora?

AMENAZAS (externas)	OPORTUNIDADES (externas)
1. ¿La tecnología no es demasiado barata? 2. ¿El producto/servicio es demasiado caro? 3. ¿La competencia existente y potencial es mucha? 4. El producto no está realmente diferenciado lo que puede limitar nuestro crecimiento en el sector.	1. ¿Existe una necesidad no cubierta, y/o somos diferentes? 2. ¿El consumidor lo considera un importante avance? 3. ¿El producto o servicio tiene algo realmente diferencial? ¿Así lo identifica el cliente? 4. ¿Existe una clara necesidad en el mercado? 5. ¿El producto o servicio tiene posibles clientes a un precio razonable?

FASE VI. RESUMEN EJECUTIVO.

Se trata de una presentación del proyecto en el que se recogerán sus características generales y de dónde y cómo surge la idea

1. Características generales del proyecto:

- Identificación del proyecto: nombre de la empresa
- Localización: provincia, municipio...
- Tipo de sociedad: forma jurídica elegida
- Explicación breve de la actividad: características del producto o servicio y ventajas del mismo respecto a otros existentes
- Público objetivo al que va dirigido el producto/servicio
- Número de trabajadores previsto y tipo de contratación
- Cuantificación de la inversión necesaria y su financiación
- Estimación del beneficio esperado en función de las ventas y costes previstos

2. Cómo surge la idea:

Justificar la idea elegida relacionándola con el tipo de oportunidad que se pretende aprovechar. Factores del entorno o de la competencia que favorecerán el desarrollo de la empresa

3. Líneas generales de las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación elegidas.