

PROYECTO EMPRESARIAL. (José Avilés)

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

- a) La idea.
- b) Elección de la actividad.
- c) Elección del nombre.
- d) Elección del logotipo.
- e) Ubicación.

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. Resumen ejecutivo.

Será el primer apartado del Plan, pero nosotros lo haremos al final, ya que es un resumen del plan.

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.

FASE II: 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: Seguiremos el modelo europeo. Ver el siguiente modelo:

http://www.tiemposmodernos.eu/descargas/curso09-10/fo1/europass_ejemplo.pdf

FASE III: 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, gracias a las cuales hemos conseguido, a lo largo de la historia, productos innovadores como: el chupete, la fregona, el chupa-chups, etc.

La **innovación** puede venir:

- o Por parte del producto: creamos un producto que no existía antes en el mercado, por ejemplo los móviles
- 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 teletrabajadores.
- 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:

TAREA 1:

El grupo tiene que presentar un total de 15 ideas:

- a) Investiga 5 ideas de negocio que funcionan en otros países y que podrían implementarse en España. [Explica el qué y el por qué de tus ideas].
- b) Investiga 5 ideas de negocio de productos existentes hoy en día que podrían sufrir una cierta modificación y satisfacer necesidades nuevas del consumidor. [Explica el qué y el por qué de tus ideas].
- c) Anota 5 problemas que observas 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 5 posibles ideas de negocio asociadas a 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.

3) DESCRIPCIÓN DE LA IDEA. Presentación 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 orienta 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 (póster, vídeo, powerpoint,...). **Posteriormente** haréis una presentación de vuestra idea en la clase.

4) 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),...

5) 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:

<p>DEBILIDADES (internas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 	<p>FORTALEZAS (internas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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?
<p>AMENAZAS (externas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 	<p>OPORTUNIDADES (externas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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?