

III EDICIÓN DEL CONCURSO **“PROYECTO EMPRESARIAL”** **PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL**

GUÍA DEL PROYECTO DE EMPRESA

Esta guía contiene el esquema y los aspectos formales que se requieren en los Proyectos de Empresa presentados al concurso.

El proyecto empresarial presentado se estructurará en torno a los siguientes epígrafes:

ÍNDICE

1. Introducción
2. Análisis del Entorno
3. Plan de Marketing
4. Plan de Producción
5. Plan de Recursos Humanos
6. Plan Económico-Financiero
7. Conclusiones
- 8*. Empresario Fundador o Equipo Fundacional
- 9*. Anexos

(Los epígrafes señalados con * son opcionales)

- El documento que contenga un proyecto de empresa para ser juzgado en el concurso deberá ajustarse al índice enunciado y constar de los epígrafes 1 a 7. La extensión máxima del documento será de 45 páginas, con un tipo de letra 12 y un interlineado de 1,5 espacios. Los epígrafes 8 y 9, como se indica, son de carácter optativo. Se podrán adjuntar al proyecto cuantos anexos se consideren necesarios, debidamente especificados y numerados en el índice general. Cada proyecto incluirá, en la portada, el título del proyecto, los nombres de los estudiantes y del profesor tutor. En la primera página debe haber un índice de contenidos, debidamente paginado. Se entregará una copia impresa en papel y un fichero en formato Word o pdf. La copia impresa se presentará con una encuadernación sencilla (en A4 y con espiral). Los anexos se presentarán en documento aparte.

DESARROLLO DE LOS EPÍGRAFES DEL PROYECTO.

A continuación se describen los contenidos recomendados de los diferentes epígrafes. Conviene tener en cuenta que en algunos proyectos de empresas muy pequeñas y de empresas de servicios, no será necesario abordar todas las cuestiones.

1. Introducción

La introducción constará con una extensión máxima de cuatro páginas y contendrá: un resumen del proyecto de empresa, especificando el sector de actividad, el ámbito territorial y el objetivo empresarial, explicando brevemente la descripción de la idea y el modelo de negocio, y la forma jurídica de la empresa.

La idea de negocio debe contener una descripción del producto/servicio, el mercado al que va dirigido o necesidad que pretende satisfacer, el tipo de cliente objetivo y la forma de satisfacer esa necesidad (necesidad/cliente/tecnología). El modelo de negocio ha de especificar de qué forma concreta se pretende presentar, explotar y hacer rentable la idea de negocio.

La forma jurídica de la empresa que se ha elegido se presentará mediante una descripción breve, así como los trámites legales para su puesta en marcha (no incluir formularios de inscripción, altas, estatutos, etc. En todo caso, si se considera relevante, se pueden adjuntar como anexos)

2. Análisis del Entorno

En el análisis del entorno se deben plantear las siguientes cuestiones:

1. Detección de los factores estratégicos del entorno general:
 - Análisis PEST:
 - Factores Políticos y legales
 - Factores Económicos
 - Factores Socioculturales
 - Factores Tecnológicos
2. Detección de los factores estratégicos del entorno competitivo:
 - Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter:
 - Grado de rivalidad entre los competidores
 - Amenaza de nuevos entrantes (competidores potenciales)
 - Productos sustitutivos
 - Poder negociador de clientes
 - Poder negociador de proveedores

3. Plan de Marketing

En este epígrafe, se abordarán las siguientes tareas:

- Diseño del producto/servicio
- Marca, imagen de marca
- Previsión de ventas
- Canal de distribución
- Transporte y logística
- Cálculo del precio
- Estrategia de comunicación (mensaje, creación, soporte..)

4. Plan de Producción

En esta sección, deberá concretarse la forma de obtener los productos o servicios que se van a vender, para cumplir con las previsiones de ventas derivadas del epígrafe anterior. La primera decisión, ¿fabricar o comprar?, consiste en determinar si vamos a obtener por nuestros medios todo lo que vamos a vender o si vamos a adquirirlo, total o parcialmente.

Asimismo, será necesario delimitar los aspectos referentes a la localización, instalaciones, dimensión, descripción general del proceso productivo y aprovisionamiento.

Más detalladamente:

- Localización e instalaciones:
 - Terrenos y superficie (compra o arrendamiento)
 - Diseño y distribución de planta (optimizar)
 - Suministros
 - Aprovisionamientos y existencias
 - Maquinaria y equipo
 - Muebles y transporte
 - Informática y software
- Descripción del proceso productivo/operaciones.
 - Diseño del sistema de producción
 - Distribución en planta
 - Manipulación de materiales
- Aprovisionamiento.
- Stocks.
 - Organización de stocks,
 - Gestión de stocks,

5. Plan de Recursos Humanos

En este epígrafe se desarrollarán los aspectos siguientes:

- Establecer las necesidades de Recursos Humanos en cada departamento de la empresa
- Definición de puestos de trabajo por grupos

(si se considera necesario, se pueden incluir en los anexos los formularios de inscripción de altas, convenios colectivos, etc.)

6. Plan Económico-Financiero

El Plan Económico Financiero del proyecto conllevará el desarrollo de los siguientes aspectos:

- Cronograma y puesta en marcha
- Presupuesto de marketing
- Costes de producción
- Costes de personal
- Elaboración de balances iniciales y cuentas de resultados de los tres primeros ejercicios.
- Presentación de un plan de tesorería con detalle mensual del primer ejercicio.
- Determinación de la viabilidad económico-financiera.

7. Conclusiones

En este epígrafe se expondrán los datos, decisiones y resultados más relevantes contenidos en el proyecto.

8.* Empresario Fundador o Equipo Fundacional

Presentación del promotor o promotores, con un breve Curriculum Vitae y exposición de su motivación.

9.* Anexos

Relación numerada de anexos que acompañan al proyecto, con una breve descripción del contenido de cada uno de ellos.