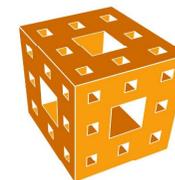


# expertemprende

® nevojiciativa



# PROYECTO Y EQUIPO PROMOTOR



- Idea
- Equipo
- Producto/Servicio
- Forma Jurídica
- Localización



## MENSAJES FUERZA

- ¿Por qué aquí?
- ¿Dónde está la empresa?
- ¿Dónde se fabrica o se presta el servicio?
- ¿Qué queréis conseguir?
- ¿Qué te gusta?
- Piensa y mira diferente. Valor
- Testeo de la necesidad y de su existencia
- ¿Qué problemas os encontráis en el día a día?
- ¿Qué cosas no funcionan?
- ¿Sois el equipo que necesita tu idea? ¿Por qué?
- ¿Trabajas sólo o en grupo?
- ¿Son perfiles diferentes?
- Actitudes que buscas...
- Test sobre habilidades y capacidades emprendedoras
- ¿Qué aporta cada uno? ¿Son suficientes?
- ¿Cuál ha sido la razón o motivo?
- ¿Qué necesidad cubre?
- ¿Es algo nuevo o mejoras lo existente?
- ¿Qué hace nuestra empresa?
- ¿Qué ofrecéis?
- ¿Cuántos socios sois? ¿Qué capital vais a aportar? ¿Responsabilidad?
- Charla de un emprendedor de la zona
- Autoempleo
- A través de un AEDL
- Tareas a realizar en tu empresa
- ¿Quiénes formáis parte de la empresa?
- ¿Qué les une? Motivación, pasión



## DUDAS

- Buscan la idea que revolucione el mundo. Todas les parecen “tonterías”
- ¿Tenemos las capacidades necesarias para desarrollar el proyecto?
- ¿Me conviene el centro de la ciudad o polígono?
- Forma jurídica
- ¿Se puede desligar el equipo promotor de los alumnos participantes?



## FEEDBACK EQUIPO CE. RESPUESTA A DUDAS

Realizar dinámicas de generación de ideas y sesión de creatividad con los materiales que ya tenéis de la primera parada.

En cuanto a las capacidades podéis trabajar la tela de araña capacidades/habilidades que tenéis en los “mapas” que os entregamos en la tercera sesión. Ya sabéis, aquellas habilidades que tenga menos puntuación será sobre las que más tengan que trabajar.

Respecto a la forma jurídica os remitimos al enlace que ya os comentamos que aparece en la guía del plan de empresa:

<http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

Dentro del equipo promotor puede haber perfiles que complementen el del alumnado participante (socios y socias).

# ANÁLISIS DE MERCADO



- Stakeholders
- Clientes
- Proveedores
- DAFO





## MENSAJES FUERZA

- ¿Cómo funcionan las empresas que ya existen y que se dedican a los mismo que la tuya?
  - Analizar la competencia
  - Análisis Porter
  - Analizar las barreras de entrada
- Proveedores ¿Quiénes son? ¿Qué nos pueden ofrecer?
- Proveedores. Fuente de medios para la empresa
  - Proveedores. Personas que te puedan abastecer en los momentos claves
  - Proveedores. ¿Qué necesitamos? ¿Dónde los encontramos? ¿Son únicos?
  - Personas importantes en tu mercado
- Clientes:
- ¿Quiénes son? ¿Por qué ellos? ¿Por qué van a comprar?
  - Objeto de trabajo de la empresa
  - Mapa de empatía y encuestas
  - Identificar su target (cliente objetivo)

## DAFO

- Interno y Externo Positivo y Negativo
- A través de una matriz DAFO detectar Fortalezas y debilidades
- Ubicar nuestra empresa en mercado, oportunidad, debilidades, amenazas y fortalezas
- Importante: Analizado el DAFO confeccionar el CAME para dar soluciones
- Búsqueda de oportunidades

## STAKEHOLDERS

- Agentes implicados necesarios. Agentes claves
- ¿Qué personas o empresas necesitas para funcionar?



## DUDAS

- ¿Cómo lo redacto en el plan de Empresa? Estructurar información
- ¿Dónde busco la información concreta? IAE
- ¿Identificar las debilidades?
- Selección y búsqueda de proveedores
- Selección de información
- Cuantificación mercado estadístico
- Clasificación CNAE
- ¿Identificar los proveedores cuando se trata de un servicio?
- Estrategia CAME
- ¿Hay competencia? Cámara de comercio
- Oportunidades contra Fortalezas y Amenazas contra Debilidades.





## FEEDBACK EQUIPO CE. RESPUESTA A DUDAS

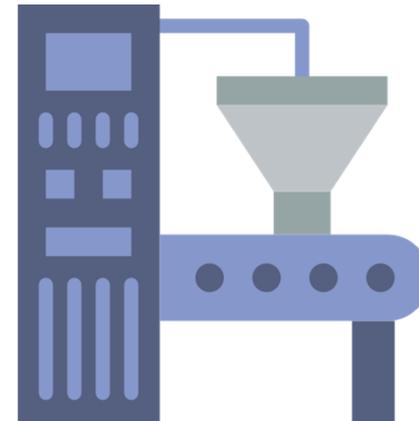
Puedes encontrar la forma de estructurar y redactar la información en el documento “Guía Canvas Plan de Empresa” que tenéis descargable en el Rincón didáctico de Expertemprende en nuestra web <http://culturaemprededora.extremaduraempresarial.es/>

También en esta Guía contáis con el enlace al listado de epígrafes tanto del IAE como del CNAE

En lo relativo al DAFO y CAME, los “mapas” proporcionados durante la sesión formativa pueden ayudaros a resolver estas dudas. Además en el punto 2.4 de la guía contáis con esta información.

El estudio de la competencia se puede realizar con todos los medios que se os ocurran y algunos más, empezando por buscadores como Google y siguiendo por cualquier otro organismo del que se pueda obtener información, (ayuntamientos, cámaras de comercio, etc.)

# MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS



## MENSAJES FUERZA

- Explicar las distintas áreas que tiene una empresa (organigrama)
- Profesiograma
- Medios de última generación
- Tipos de contrato del personal
- Recurrir a Agentes de Empleo y Desarrollo. Análisis Puesto de trabajo. Reclutamiento/Selección
- Gestión motivadora
- Cálculo de Costes Salariales
- Organigrama: preciso, necesarios.
- Selección y retención del talento
- Identificar el desarrollo de su actividad para llevarlo a cabo.
- Revisar “recursos clave” CANVAS
- ¿En qué cantidad?
- Dimensionar adecuadamente
- Material: Se ve, se toca
- Intangible: No se ve, no se toca, tiene valor económico
- Medios económicos ¿Dinero?
- ¿Qué necesitamos para producir o prestar servicio?

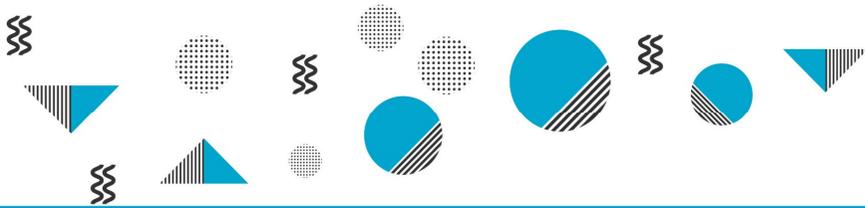




## DUDAS

- ¿Qué es gasto y qué es inversión?
- ¿Formación personas?
- Sistemas: Renting. Alquiler
- ¿Y por qué hace falta un autónomo?
- Eficiencia Recursos
- ¿Comprar o alquilar? (Medios materiales)
- Les cuesta diferenciar qué tareas tienen asignadas cada uno.
- Medios físicos: comprar o alquilar. Medios humanos. Formarlos: Sí, No
- ¿Autónomos o Personal contratado?
- Trébol de HANDY





## FEEDBACK EQUIPO CE. RESPUESTA A DUDAS

A todas estas dudas podemos darle respuesta a través del Punto 4 de nuestra Guía del Plan de Empresa.

Primero nos centraremos en qué necesitamos para poder desarrollar nuestro proyecto. Una vez que lo tengamos identificado, (tanto personal como medios técnicos), veremos cuanto nos cuesta adquirirlo todo. En esta parte es importante que no se nos quede nada atrás, es decir, si contamos con 10 personas, hay que calcular el coste salarial de 10 y no de 2 o de 3. Esto aporta coherencia al proyecto y nos permite acercarnos a unos posibles resultados más reales.

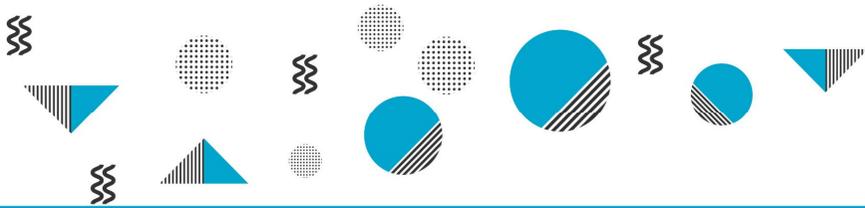
En el caso, de que esos costes sean muy altos y hagan que nuestro proyecto no sea rentable, podemos ver si en vez de comprar, por ejemplo, una nave industrial, podemos alquilarla o si en vez de contratar a una ingeniera técnica dentro de nuestro equipo podemos contratar a una empresa proveedora que nos de ese servicio. Pero estos cálculos/decisiones siempre las haremos en el último punto del Plan de Empresa, NO AHORA.

# PLAN DE MARKETING



- Producto
- Precio
- Promoción
- Distribución





## MENSAJES FUERZA

- Servicio postventa y atención al cliente
- Reparto de tareas
- Costes de producción y margen de beneficio
- Explicar diferentes técnicas de fijación de precios
- Se pone un ejemplo
- Explicar con una empresa real muy conocida
- Diferencia con competencia
- Tener siempre presente los puntos “menos fuertes” de nuestro producto
- Mostrar valor añadido
- Definir la estrategia: Calidad?? Diferenciación
- Diseño del producto
- Producto, prototipo
- Marketing viral
- Merchandising SEO SEM
- Explicar teoría de tipos de promoción, distribución...
- Promoción Redes Sociales
- Venta online
- Formas de llegar a tu cliente. ¿Cómo te conocen? ¿Cómo llegan a ti? ¿Por qué van a ti?



## DUDAS

- ¿Cómo es la distribución cuando ofrecemos un servicio?
- Elección canal de distribución: directo/indirecto
- Identificar los diferentes canales de comunicación en función del tipo de cliente
- Identifica el canal de distribución cuando se trata de un servicio
- Tipos de distribución
- Vender low-cost o tener un producto más caro y exclusivo
- Marco estratégico para determinar marco operativo
- Control y evaluación para mejora de procesos
- Adecuación al cliente
- Desarrollo de aplicaciones informáticas
- Definir precio y costes
- Identificar y calcular los costes de un servicio
- Basarse en un precio cuando es un negocio de Hostelería (o mucha variedad de artículos)
- Es más complicado definir un servicio que un producto



## FEEDBACK EQUIPO CE. RESPUESTA A DUDAS

Indicaciones relativas a los canales de distribución lo podemos encontrar en el punto 3.1.D de la guía Canvas Plan de Empresa. No obstante y en cuanto a los canales de distribución de un servicio, que ha sido el tema más recurrente, existen tres ejemplos que estamos viendo de forma continua a nuestro alrededor:

- Venta directa o prestación del servicio “in situ” (servicio de guía turístico, servicio, de lavandería)
- Internet se está convirtiendo en un canal de distribución de servicios muy común (servicio de almacenamiento de datos, mantenimiento de páginas web, etc).
- Por teléfono se pueden prestar servicios de forma muy habitual también (asesoría legal, fiscal, etc)

# PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO



- Inversión
- Financiación
- Cuenta de Resultados



## MENSAJES FUERZA

- Análisis de viabilidad del proyecto
- Exponerlo primero con un ejemplo fácil y conocido como un bar
- Diferenciar bien: gastos e ingresos antes o después de comenzar el negocio.
- Mentor empresarial
- Recurrir a “Puntos de activación empresarial”
- Hablar con los bancos
- Cuantificar todo lo analizado en medios técnicos y humanos
- Fuentes de financiación
- Cuantificar necesidades para invertir
- Inversiones COSTES
- Cantidad por precio son INGRESOS
- Comparar ofertas y Selección proveedores
- ACTIVO: Bienes y Derechos PASIVO: Obligaciones  $PN=A-P$
- ¿Cuánto cuesta producir 1 unidad?
- Uso de simuladores: Tesorería y Amortización préstamos
- Plan de tesorería



## DUDAS

- Ejemplo de Estimaciones ¿cómo estimar?
- Hojas de Cálculo complejas para alumnado joven Grado medio
- Yo no puedo montar nada porque no tengo dinero
- Hacer Balance y Cuenta de Resultados
- Ratios financieros y económicos
- Subvenciones: Antes o después
- ¿A quién recurrir para pedir ayudas económicas?
- Les cuesta identificar si es gasto o ingreso



## FEEDBACK EQUIPO CE. RESPUESTA A DUDAS

Este apartado del Plan de empresa es en el que, durante esta sesión, la mayor parte del profesorado detecta más dificultades por parte de su alumnado.

Entendiendo de antemano la dificultad a la que os enfrentáis en el día a día, no debemos dejarnos abatir e intentad aprovechar este programa para trabajar las habilidades e ir cubriendo esas carencias que en algunos casos nos trasladabais.

El Plan económico financiero se puede hacer muy muy complejo si entramos en un profundo grado de detalle y de datos, o se puede simplificar bastante si agrupamos información. Cuestiones como el “balance” o los “ratios financieros y económicos” pueden no resultar necesarios para comprobar la viabilidad económica de un proyecto a estos niveles. Si se incluyen, evidentemente, aportan información, pero ¿son imprescindibles? En estos proyectos no.

En el caso de las subvenciones se deben contabilizar siempre después, nunca al inicio porque no tienen carácter previo y deben ser un ingreso que complementa, pero en ningún caso del que dependa la viabilidad de la empresa.

