



FACULTAD
DE
GESTIÓN

CURSO DE GESTIÓN EMPRENDEDORA

GUÍA DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO EMPRENDEDOR

PROYECTO FINAL DEL CURSO GESTIÓN EMPRENDEDORA

La asignatura Gestión Emprendedora proyecta realizar una exploración analítica del marco teórico existente sobre el tema, para posteriormente involucrar a los alumnos en la elaboración y presentación de un proyecto innovador.

La presentación y defensa del presente proyecto es requisito para aprobar el curso.

OBJETIVO

El objetivo del mismo es poder desarrollar en el alumno las habilidades para crear, planear, organizar y operar un proyecto emprendedor.

PARTE I. CONFORMACIÓN DE GRUPOS

El proyecto debe ser llevado adelante por un grupo de máximo 5 alumnos del curso. Esto obedece a que la extensión y naturaleza del mismo requiere de un trabajo organizado del equipo, donde se complementarán con las experiencias y habilidades personales.

Será muy conveniente que desde el inicio puedan establecer claramente las responsabilidades de cada uno.

PARTE II. NORMAS APA PARA TRABAJOS ESCRITOS

Para presentar un trabajo con formato APA se debe tener ciertas consideraciones respecto al formato, como las mencionadas a continuación.

TIPO DE PAPEL

- Tamaño: Carta (Letter) / papel 21.59 cm x 27.94 cm (8 1/2" x 11").

MÁRGENES

Márgenes indicadas por el formato APA para las páginas del contenido del trabajo escrito:

- Hoja: 2.54 cm (1 pulgada) en cada borde de la hoja (Superior, inferior, izquierda, derecha).
- Sangría: Es necesario dejar 5 espacios en la primera línea de cada párrafo.

FUENTE O TIPO DE LETRA

Los siguientes son las especificaciones del formato APA para el contenido:

- Fuente: Times New Roman
- Tamaño: 12 pts.
- Alineamiento: Izquierda
- Interlineado: 2.

NUMERACIÓN DE PÁGINAS

Este estilo APA o formato APA tiene reglas específicas para la numeración de páginas. Los números comienzan en la página del título o portada del documento y deben estar ubicados en la esquina superior derecha. La numeración desde la página de de copyright hasta las listas de tablas y figuras incluyendo las páginas de dedicatoria y prefacio deben estar numeradas con números romanos. En el

formato APA el contenido del documento (desde introducción en adelante) debe estar numerado con números arábigos.

PORTADA

La portada debe contener:

LA GUÍA QUE SE ESTÁ PRESENTANDO.

EL NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE.

EL NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD.

LA FACULTAD A LA CUAL PERTENECE.

LA CARRERA QUE ESTUDIA.

LA CIUDAD.

EL AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO.

Esta información debe ir centrada, en mayúscula y distribuida estéticamente.

PARTE III. MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO

1.- PORTADA
2.-DATOS DEL PROYECTO Nombre Localización Municipio Nuevo proyecto/ ampliación/ traslado
3.- ANTECEDENTES DEL PROYECTO 3.1 Motivos por los que desean emprender este proyecto 3.2 Factores sociales, económicos, medioambientales, culturales, que favorecen la puesta en marcha del proyecto 3.3 Fases del proyecto: Idea de negocio: Planificación de la idea: Puesta en marcha: Ampliación: 3.4 Investigación y análisis sobre el estado actual de los conocimientos, productos, procesos y tecnologías en relación con los objetivos del proyecto, identificando las desventajas y/o limitaciones de lo ya existente.

4.- ESTUDIO DE MERCADO

Estudios que ha llevado a cabo o piensa realizar para conocer mejor su mercado (posibles clientes, competidores, situación legal...)

Fuentes de información utilizadas: otros estudios, revistas, encuestas de otras entidades

4.1 CLIENTES

4.1.1. Describa a sus clientes hasta este momento: cantidad, localización, productos que demanda, precios, nivel económico, hábitos socioculturales.

4.1.2. Clientes potenciales

Necesidades. Tendencias en el consumo.

Hábitos socioculturales (Ocio, aficiones, cultura...)

Nivel económico

Edad y sexo

4.2 LEGISLACIÓN Y POLÍTICAS

Vigentes o que se prevean que surgirán de la Administración Pública que favorezcan o limiten la puesta en marcha del proyecto.

4.3 AVANCES U OPORTUNIDADES TECNOLÓGICAS

Que puedan fomentar o restringir el proyecto

4.4 COMPETIDORES

Experiencias similares a nivel local/nacional: nombres de las entidades o empresas. Localización.

Productos y servicios (precio que ofertan)

Ventajas o innovaciones sobre la competencia

4.5 RECURSOS LOCALES, naturales, culturales, gastronómicos, agrícolas de la comarca que va a utilizar en su proyecto.

5.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Tipo de actividad económica

Descripción de PRODUCTOS Y SERVICIOS que ya oferta. Descripción de Cantidad, Costo y Precio de venta

Descripción de PRODUCTOS Y SERVICIOS que piensa ofertar. Descripción de Cantidad, Costo y Precio de venta

5.1 RECURSOS

5.1.1. Infraestructura

Locales/terrenos

Localización/Situación en el municipio (adjuntar plano)

Inconvenientes y ventajas de esta localización para el proyecto.

Alquiler/compra/nueva construcción

Capacidad y distribución del espacio: metros. Plano de distribución.

Obra civil necesaria

Licencias previstas

Suministros a contratar

5.1.2. Maquinaria, utillaje y herramientas

Descripción, Cantidad. Costo y Forma de pago

5.1.3. Mobiliario: Distribución en el local (adjuntar plano)

Descripción, Cantidad, Costo y Forma de pago

5.1.4. Generación de empleo (Personal)

A) Socios y promotores/as

Formación, funciones y actividades en la empresa, tipo de contratación o alta

B) Otro personal

1. Número de puestos de trabajo

Fijos

Eventuales

2. Tipo de contratación. Medidas de apoyo a la contratación que utilizará. Colectivos desfavorecidos (mujer, joven, primer empleo, parado de larga duración, mayor de 45 años, inmigrante, discapacitado)

3. Perfil profesional. Cualificación

4. Método de trabajo (en cadena, individual...)

5. Organigrama de funciones.

5.1.5 Investigación, análisis y determinación de la ventaja competitiva, por qué se diferencia de otros, qué es lo innovador o novedoso.

6.- PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

6.1 NOMBRE COMERCIAL DE: la empresa, los productos o servicios. Logotipos previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones.

6.2 DEMANDA PREVISTA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS. Flexibilidad y periodicidad de la oferta/demanda. Adaptación del sistema productivo a este mercado.

6.3 LOS PRECIOS

Realización del cálculo: precios de costo, teniendo en cuenta los de la competencia

6.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

6.5 PUBLICIDAD

Tipo: escrita, folletos, periódicos, radio...

Campañas de promoción

Paquetes de productos en oferta. Otras promociones

6.6 AMPLIACIÓN POSIBLE DE LA GAMA DE PRODUCTOS EN EL FUTURO

6.7 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS Y MÉTODOS DE MERCADEO MÁS APROPIADAS A UTILIZAR.

7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

7.1 PLAN DE INVERSIONES INICIALES

CONCEPTO

Edificios/locales

Terrenos
Maquinaria
Herramientas
Instalaciones
Elementos de Transporte
Mobiliario
Materias primas stock
Derechos de traspaso/patentes
Depósitos
Publicidad de lanzamiento
Impuestos, licencias
Otros Gastos: Vestuario de trabajo
Medidas de seguridad
TOTAL INVERSIÓN

7.2 PLAN DE FINANCIACIÓN

CONCEPTO

Recursos Propios
Créditos o préstamos
Subvenciones de otras entidades
Capitalización

7.3 PREVISIÓN DE INGRESOS

Previsión de ventas
Productos/servicios
Subvenciones
Otros

7.4 PREVISIÓN DE GASTOS

GASTOS VARIABLES

PRODUCTOS PARA ELABORACIÓN: CANTIDAD -PRECIO -TOTAL

PUBLICIDAD TEMPORAL

PRIMAS DE SEGUROS (Responsabilidad civil...)

SUMINISTROS:

Electricidad
Agua
Teléfono

GASTOS FIJOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Amortización
Combustibles
Lubricantes
Reparaciones y conservación
Contratos de mantenimiento
Seguros
Otros gastos

<p>EDIFICIOS E INSTALACIONES Amortización Reparaciones y conservación Contratos de mantenimiento Seguros</p> <p>GASTOS DE PERSONAL Seguridad social del empleado Seguridad Social a cargo de la empresa</p> <p>OTROS GASTOS Alquileres Contribuciones e impuestos Intereses de Créditos Gestoría</p> <p>7.5. FINANCIACIÓN. DATOS DEL PRÉSTAMO: <ul style="list-style-type: none"> • Tasa de interés • Periodo de amortización • Préstamo </p> <p>7.6 INVESTIGACIÓN, ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE INGRESOS Y EGRESOS QUE IMPLICA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO INNOVADOR.</p>
<p>8.- CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO Puntos fuertes y puntos débiles</p>
<p>9.- BIBLIOGRAFÍA</p>
<p>10.- CONCLUSIÓN FINAL DEL GRUPO</p>

PARTE IV. EVALUACIÓN

Descripción	Puntaje
<p>PRIMER PARCIAL Primer Parcial – AV1 Adelanto de la 1ª fase: (1) Portada. (2) Datos del Proyecto. (3) Antecedentes del Proyecto.</p>	<p>15 puntos 10 puntos <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> 25 puntos</p>
<p>SEGUNDO PARCIAL Segundo Parcial – AV2 Adelanto de la 2ª fase: (4) Estudio de Mercado. (5) Descripción del Proyecto.(6) Plan de Comercialización y Marketing.</p>	<p>15puntos 10puntos <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> 25 puntos</p>

PRUEBA FINAL	
Adelanto de la 3º fase: (7) Plan Económico Financiero (8) Conclusiones sobre la viabilidad del Proyecto. (9) Bibliografía. (10) Conclusión Final del Grupo	15 puntos
Presentación del proyecto en el formato de Expo	10 puntos
Examen PF / PFE1 /PFE2	25 puntos
	<hr/>
	50 puntos

PARTE V. INDICADORES DE EVALUACIÓN

La asignación de calificaciones a la elaboración del proyecto tiene el siguiente detalle:

Descripción	Puntaje
PRIMER PARCIAL	
(1) Portada.	2 puntos
(2) Datos del Proyecto.	4 puntos
(3) Antecedentes del Proyecto.	4 puntos
	<hr/>
	10 puntos
SEGUNDO PARCIAL	
(4) Estudio de Mercado.	3 puntos
(5) Descripción del Proyecto.	3 puntos
(6) Plan de Comercialización y Marketing.	4 puntos
	<hr/>
	10 puntos
PRUEBA FINAL	
(6) Plan de Comercialización y Marketing.	4 puntos
(7) Plan Económico Financiero.	4 puntos
(8) Conclusiones sobre la viabilidad del Proyecto.	
(9) Bibliografía.	3 puntos
(10) Conclusión Final del Grupo	2 puntos
	2 puntos
	<hr/>
	15 puntos

Los distintos Proyectos serán presentados en la Expo Emprendedores y los mismos serán evaluados con los siguientes indicadores:



Disciplina: GESTIÓN EMPRENDEDORA	Carrera: ADM / MKT	Fecha:
Profesor (a):	Semestre: 2015.2	Turno: NOCHE

EXPO EMPRENDEDORES
INSTANCIA DE PRESENTACIÓN DE LOS PROYECTOS

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	
Integrantes del Grupo	Firma
1.	
2.	
3.	
4.	

Descripción	Puntos asignados	Puntos Logrados
El grupo maneja con solvencia las informaciones vinculadas al proyecto	2	
Utilizan términos técnicos administrativos en la descripción del proyecto	2	
Se mantiene un orden en la presentación del proyecto	1	
Existe creatividad en la exhibición del producto/servicio, así como en el stand	2	
Existe manejo de herramientas tecnológicas	1	
El desenvolvimiento general del grupo es organizado y acorde a una instancia de evaluación	1	
El uso del tiempo corresponde a lo establecido	1	
Total	10	