

1. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

- Definir detalladamente los contenidos para el desarrollo de un plan de empresa concreto, analizando y evaluando la viabilidad del proyecto empresarial; y especificando y analizando los trámites legales y las actuaciones necesarias para la constitución y puesta en marcha del proyecto empresarial.
- Desarrollar las cualidades del trabajo en equipo.
- Aplicar la forma de trabajo de consecución de objetivos.
- Operar con medios informáticos para la realización de cálculos económicos y elaboración de la documentación del plan de empresa.
- Presentar y exponer en público las actividades que se propongan.

2. FASES DEL MÓDULO

GENERACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO

- [FASE 1: El modelo de negocio. Presentación de la idea empresarial. Estudio del cliente. Primeras hipótesis](#)
- [FASE 2: Estudio y análisis del entorno, el sector y la competencia. Análisis DAFO](#)
- [FASE 3: Prototipo o producto mínimo viable y su validación. Identificación de la empresa y sus productos](#)
- **EXPOSICIÓN DE STORYTELLING Y DEL MODELO DE NEGOCIO**

DISEÑO Y SIMULACIÓN DE UN PLAN DE EMPRESA

- [FASE 4: Plan de marketing: Plan de producción o prestación de servicios. Plan de aprovisionamiento. Definición de la distribución. Gastos generales. Plan de comunicación.](#)
- [FASE 5: Plan de marketing: Determinación de los precios.](#)
- [FASE 6: Determinación de la forma jurídica de la empresa.](#)
- [FASE 7: La organización funcional de la empresa. El departamento de personal](#)
- [FASE 8: La inversión y la financiación. El estudio de viabilidad del proyecto](#)
- [PLAN DE EMPRESA](#)
- **EXPOSICIÓN DE LA CAMPAÑA Y DEL PLAN DE EMPRESA**

3. EVALUACIÓN DE CADA UNO DE LOS PROYECTOS

PRIMERA EVALUACIÓN – EVALUACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

<i>Fases 1, 2 y 3</i>	80%	
<i>Exposiciones Modelo Negocio</i>	20%	
PROYECTO EMPRESARIAL	100%	60%
EVALUACIÓN INDIVIDUAL		40%

SEGUNDA EVALUACIÓN – EVALUACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA Y FINAL

<i>Todas las Fases</i>	80%	
<i>Plan de Empresa</i>	10%	
<i>Todas las Exposiciones</i>	10%	
PROYECTO EMPRESARIAL	100%	60%
EVALUACIÓN INDIVIDUAL		40%

El desarrollo de las distintas fases se enviará por **POR DROPBOX/DRIVE** al profesor según el calendario que proponga compartiendo la carpeta del proyecto con la siguiente dirección:

DROPBOX garijosalvador@gmail.com *DRIVE* salvador.garijo@iesleonardodavinci.com

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN INDIVIDUALES DE LOS ALUMNOS

Suponen la concreción dentro del **Resultado de Aprendizaje 6**, los **Criterios de Evaluación g) h) i)**.

Estos criterios de evaluación supondrán un 40% de la EVALUACIÓN FINAL DEL MÓDULO para cada alumno.

1. Toma decisiones ante los distintos problemas y dificultades que se presenten en la realización del proyecto. (INICIATIVA)
2. Participa en la consecución de los objetivos del proyecto, aunque no se le haya asignado directamente al alumno. (PARTICIPACIÓN)
3. Asiste regularmente a clase. (ASISTENCIA). Se exigirá un mínimo de asistencia del 85%
4. Participa en el blog y la web del proyecto en cada una de las actividades que se irán proponiendo a lo largo del curso. Se utilizará las redes sociales, los programas de procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones que fuere necesario.
5. Participa y realiza una aportación suficiente en las exposiciones que se realicen a lo largo del curso especialmente la exposición final del proyecto con el resto del grupo. Se utilizará los programas de procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones que fuere necesario.

5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN COMUNES A TODAS LAS FASES

Estos criterios de evaluación son comunes a todas las fases, excepto a la exposición del Plan de Empresa, y supondrán un 20% de la evaluación de CADA FASE.

1. Presenta cada fase con un formato excepcionalmente atractivo y una información bien organizada. (ATRACTIVO Y ORGANIZACIÓN)
2. Redacta cada fase sin que queden errores ortográficos después de que otra persona, además del mecanógrafo, lea y corrija la presentación. (ORTOGRAFÍA Y REVISIÓN)
3. Estructura cada sección con una introducción, un desarrollo y una conclusión claro. (CLARIDAD)
4. Presenta cada fase de tal forma que sea convincente e invite a la acción de los asistentes. (ARGUMENTACIÓN)
5. Redacta cada fase sin que haya errores gramaticales en la presentación. (ESCRITURA-GRAMÁTICA)

Además, se evaluarán los CRITERIOS DE EVALUACIÓN COMUNES de cada fase teniendo en cuenta que toda la información en la presentación sea correcta. Se utilizará los programas de procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones que fuere necesario.

PLAN DE EMPRESA

Supone la concreción dentro del:

- Resultado de Aprendizaje 6, el Criterio de Evaluación j).

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Identificación
- 1.2. Antecedentes
- 1.3. Presentación de los promotores
- 1.4. Descripción del producto o servicio

2. ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1. Análisis de clientes
- 2.2. Análisis del entorno
- 2.3. Situación global del sector
- 2.4. Análisis de la competencia
- 2.5. Análisis DAFO

3. PLAN DE MARKETING

- 3.1. Objetivos
- 3.2. Estrategia comercial
- 3.3. Política de producto o servicio: El proceso productivo o de prestación de servicio
- 3.4. Política de promoción
- 3.5. Política de precio
- 3.6. Presupuesto de venta

4. EL PLAN DE ORGANIZACIÓN

- 4.1. Instalaciones e infraestructuras
- 4.2. Proveedores y gestión de compras
- 4.3. Recursos humanos

5. ASPECTOS JURÍDICOS Y FISCALES

6. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

- 6.1. Plan de Inversiones
- 6.2. Previsión de Tesorería
- 6.3. Financiación
- 6.4. Cuenta de Resultados
- 6.5. Balance de Situación
- 6.6. Ratios y Punto de Equilibrio

7. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

PROYECTO GENERACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO

FASE 1: EL MODELO DE NEGOCIO. PRESENTACIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL. ESTUDIO DEL CLIENTE. PRIMERAS HIPÓTESIS

1. OBJETIVO GENERAL DE LA FASE

- Idear una actividad empresarial y desarrollarla como punto de partida para elaborar un proyecto empresarial real.
- Realizar un estudio del perfil del cliente objetivo de nuestro modelo de negocio y conocer sus necesidades, gustos y preferencias.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 1, Todos los Criterios de Evaluación**
- **Resultado de Aprendizaje 2, los Criterios de Evaluación a), c) y f)**

1. Realiza una breve presentación de los alumnos que van a desarrollar el proyecto empresarial:
 - 1.1. Identifica a cada miembro del equipo: Nombres, apellidos, direcciones y teléfonos de contacto.
 - 1.2. Elabora el Currículum vitae de cada uno.
 - 1.3. Decide cómo van a organizar el trabajo.
 - 1.4. Determina la forma de actuación prevista.
 - 1.5. Determina cómo os van a coordinar: coordinador fijo o coordinación rotativa.
 - 1.6. Determina la forma de adoptar decisiones a lo largo del proyecto.

2. Determina posibles ideas sobre actividades empresariales, que iréis posteriormente madurando y analizando hasta poder elegir una de ellas:
 - 2.1. Realiza un torbellino de aficiones y gustos personales.
 - 2.2. Realiza un torbellino de ideas combinándolo con las aficiones, gustos, etc. que puede dar lugar a una idea de negocio.
 - 2.3. Identifica cómo surge la idea: por la invención, por las aficiones o hobbies, por la observación de tendencias sociales y nuevas necesidades, por la investigación de nuevos usos para cosas ordinarias, por la experiencia en el trabajo.
 - 2.4. Determina qué problema se pretende solucionar con cada idea y constatar que no está ya solucionado o que no se hace de forma adecuada.
 - 2.5. Utiliza la herramienta de la matriz de toma de decisiones que encontraréis en la web de Simulación Empresarial.

3. Delimita la actividad elegida:
 - 3.1. Utiliza la metodología “*Design Thinking*” para determinar esquemáticamente los siguientes puntos que se desarrollarán en las siguientes fases:
 - 3.1.1. Elabora un listado de los problemas derivados de las distintas situaciones a las que se tienen que enfrentar los distintos actores que participan en el problema que habéis seleccionado como posible modelo de negocio

- 3.1.2. Ordena los problemas en, como mucho, cuatro ámbitos distintos.
- 3.1.3. Clasifica los problemas por los actores que tienen ese problema.
- 3.1.4. Selecciona un problema por el ámbito y actor que te puede interesar.
- 3.1.5. Empatiza con el usuario: ¿Qué está haciendo? ¿Cómo lo está haciendo? ¿Por qué lo está haciendo? ¿Cuáles son sus necesidades? ¿Cuáles son sus prácticas?
- 3.1.6. Crea un estereotipo del usuario.
- 3.1.7. Una vez elegido el actor que tiene el problema elaboras el mapa de actores.
- 3.1.8. Vas a transformar el problema en retos planteando preguntas, no respondiendo.
- 3.1.9. Selecciona el reto sobre el que se va a trabajar.
- 3.1.10. Busca varias respuestas a la pregunta planteada en el reto.
- 3.1.11. Selecciona la solución sobre el que se va a trabajar.
4. Conoce al consumidor, sus necesidades, gustos y preferencias. Elaborar un mapa de empatía:
 - 4.1. Describe qué ve el cliente en su entorno ¿Qué ve?: ¿Qué aspecto tiene? ¿Qué lo rodea? ¿Quiénes son sus amigos? ¿A qué tipo de ofertas está expuesto diariamente (en contraposición con todas las ofertas del mercado)? ¿A qué problemas se enfrenta?
 - 4.2. Describe cómo afecta el entorno al cliente: ¿Qué oye?: ¿Qué dicen sus amigos, su cónyuge...? ¿Quién es la persona que más le influye? ¿Cómo le influye? ¿Qué canales multimedia le influye?
 - 4.3. Intenta averiguar qué pasa en la mente del cliente: ¿Qué piensa y siente en realidad?: ¿Qué es lo más importante para el cliente (aunque no lo diga explícitamente)? Imagina sus emociones ¿qué le conmueve? ¿Qué le quita el sueño? Intenta describir sus sueños y aspiraciones.
 - 4.4. Imagina qué diría o cómo se comportaría el cliente en público: ¿Qué dice y hace?: ¿Cuál es su actitud? ¿Qué podría estar contando a los demás? Presta especial atención a las incongruencias entre lo que dice un cliente y lo que piensa o asiente en realidad.
 - 4.5. Identifica los esfuerzos que hace el cliente: ¿Qué esfuerzos hace el cliente? ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? ¿Qué obstáculos se interponen entre el cliente y sus deseos o necesidades? ¿Qué riesgos teme asumir?
 - 4.6. Identifica los resultados que obtiene el cliente: ¿Qué resultados obtiene el cliente? ¿Qué desea o necesita conseguir en realidad? ¿Qué baremos utiliza para medir su éxito? Piensa en algunas estrategias que podría utilizar para alcanzar sus objetivos.
5. Valida el problema y el perfil del cliente:
 - 5.1.1. Delimita las hipótesis referidas al problema y al perfil del cliente que habéis descrito en las actividades anteriores.
 - 5.1.2. Redacta cada uno de los apartados de la entrevista. No os centréis en la solución (actividad a elegir) sino en el problema. Podéis esbozar la solución como una hipótesis más.
 - 5.1.3. Realiza la entrevista a un pequeño número de clientes potenciales entregados a tu producto o servicio.
6. Una vez elegida la idea y definido al cliente potencial, tienes que realizar una breve descripción de la misma y expone argumentos que apoyan y justifican su elección

*Todos estos puntos son una **aproximación**, unas **hipótesis**. Durante las diferentes fases del proyecto iréis fijando con más detalle estos aspectos*

3. ESQUEMA DE LA FASE 1 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 1: PRESENTACIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL. ESTUDIO DEL CLIENTE. PRIMERAS HIPÓTESIS

1. PRESENTACIÓN DE LOS ALUMNOS PROMOTORES
2. ELECCIÓN DE LA IDEA
 - 2.1. Descripción del problema al que pretendemos dar una solución
 - 2.2. Descripción de la idea
 - 2.3. Argumentos que justifican su elección
3. MAPA DE EMPATÍA DEL CONSUMIDOR
4. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD ELEGIDA. PRIMERAS HIPÓTESIS

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1
 - 1.2. Antecedentes
 - 1.3. Presentación de los promotores
 - 1.4. Descripción del producto o servicio
2. ESTUDIO DE MERCADO
 - 2.1. Análisis de clientes

FASE 2: ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL ENTORNO, DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA. ANÁLISIS DAFO.

1. OBJETIVO GENERAL DE LA FASE

- Determinar que decisiones tomadas desde otros ámbitos (políticos, sociales, económicos, etc.) afectarán a nuestro negocio y analizar el sector en el que nos enmarcaremos y a nuestros competidores.
- Analizar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del grupo y del modelo de negocio.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 2, los Criterios de Evaluación g) y h).**
- **Resultado de Aprendizaje 3, el Criterio de Evaluación a)**

1. Elabora un plan de actuación en el que se indicará la información que hace falta, donde se puede encontrar, cómo y cuándo la vais a buscar y que instrumentos utilizaréis. (Es conveniente que llevéis una agenda de contactos)
2. Realiza el análisis DAFO:
 - 2.1. Determina el posicionamiento respecto a los competidores en cuanto a los atributos del producto o servicio e indicar si son puntos fuertes o puntos débiles.
 - 2.2. Identifica las oportunidades de negocio.
 - 2.3. Identifica las amenazas que pueden preverse.
 - 2.4. Determina las estrategias del producto o servicio.
3. Analiza el sector y de la competencia:
 - 3.1. Delimita y analiza el sector económico donde se va a operar. Identifica el código CNAE de la actividad.
 - 3.2. Analiza tres o cuatro empresas que sean competencia directa.
 - 3.3. Realiza un estudio de las fuerzas competitivas utilizando la estrategia de los océanos azules:
 - 3.3.1. Elabora un cuadro estratégico:
 - 3.3.1.1. En el eje horizontal se refleja la gama de variables en las cuales invierte la industria y alrededor de las cuales gira la competencia. Responde a la pregunta ¿qué aspectos valora el cliente?
 - 3.3.1.2. En el eje vertical se refleja el nivel de lo que se ofrece a los compradores en lo relacionado con todas las variables clave de la competencia. Una puntuación elevada significa que una compañía ofrece más a los compradores y, por consiguiente, invierte más en la variable en cuestión. Responde a la pregunta, ¿qué nivel de valor obtiene de cada competidor?
 - 3.3.2. Analiza posibles posibilidades de innovar a través de 6 vías de exploración: Grupos estratégicos, industrias alternativas, servicios complementarios, cadena de compradores, determinación del sector como racional o emocional, tendencias externas.
 - 3.3.3. Diseña nuestra propuesta de valor a través de la matriz ERIC:
 - 3.3.3.1. Elimina algunas de las variables competitivas de la industria: aquellas variables que para el comprador final no representan una ventaja.
 - 3.3.3.2. Reduce el nivel de oferta de algunas variables.
 - 3.3.3.3. Incrementa el nivel de oferta de algunas variables. Lo que realmente aprecia el cliente.
 - 3.3.3.4. Crea nuevas variables competitivas.
 - 3.3.4. Completa el cuadro estratégico con:
 - 3.3.4.1. Foco: toda gran estrategia tiene un foco y éste se debe reflejar en el perfil estratégico o la curva de valor de la compañía.
 - 3.3.4.2. Divergencia: cuando una compañía desarrolla su estrategia de manera reactiva para mantenerse a tono con la competencia, pierde su singularidad.
 - 3.3.4.3. Mensaje contundente: una buena estrategia tiene un mensaje claro y contundente. ¿Qué podrían decir sus competidores?
 - 3.3.5. Identifica la secuencia estratégica correcta.
4. Elabora un storytelling sobre el cliente objetivo.

3. ESQUEMA DE LA FASE 2 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 2: ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL ENTORNO, DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA. ANÁLISIS DAFO

1. ANÁLISIS DAFO
2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA
 - 2.1. Delimitación y análisis del sector económico:
 - 2.1.1. Identificación del sector, subsector, rama y actividad
 - 2.1.2. Principales elementos que caracterizan un sector productivo
 - 2.2. Análisis de la competencia en las empresas del sector:
 - 2.2.1. Principales empresas de la competencia
 - 2.2.2. Análisis de las fuerzas competitiva a través de la estrategia de los océanos azules

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

2. ESTUDIO DE MERCADO
 - 2.1.
 - 2.2. Análisis del entorno
 - 2.3. Situación global del sector
 - 2.4. Análisis de la competencia
 - 2.5. Análisis DAFO

***FASE 3: PROTOTIPO O PRODUCTO MÍNIMO VIABLE Y SU VALIDACIÓN.
IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y SUS PRODUCTOS***

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Realizar un estudio de las características de los consumidores, número de demandantes, elaborar una propuesta de valor de los productos y servicios existentes, la comunicación, la distribución, la estructura de costes y fuentes de ingresos.
- Crear un prototipo o producto mínimo viable y validarlo.
- Establecer las acciones que debáis realizar con el producto o servicio encaminados a alcanzar los objetivos propuestos.
- Determinar la denominación de la empresa y demás medios de identificación y la identificación de los productos o servicios.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 2, los Criterios de Evaluación b) d) e).**
- **Resultado de Aprendizaje 3, los Criterios de Evaluación c) i).**

1. Elabora el Lienzo del Modelo de Negocio de la actividad empresarial elegida:
 - 1.1. Define el segmento de mercado. En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.

- 1.2. Define la propuesta de valor. En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.
 - 1.3. Define los canales de comunicación, distribución y venta. En este módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.
 - 1.4. Define las relaciones con los clientes. En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.
 - 1.5. Define las fuentes de ingresos. El presente módulo se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos).
 - 1.6. Define los recursos claves. En este módulo se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.
 - 1.7. Define las actividades claves. En el presente módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.
 - 1.8. Define las asociaciones claves. En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.
 - 1.9. Define la estructura de costes. En este último módulo se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.
2. Crea un prototipo o un producto mínimo viable del modelo de negocio utilizando las ideas del Lienzo del Modelo de Negocio.
 - 2.1. Describe de forma sencilla los productos o servicios en que se vaya a basar el modelo de negocio.
 - 2.2. Elabora un prototipo o una herramienta básica, sin necesidad de que sea perfecta, para poder presentar a clientes potenciales y recibir el feed-back necesario.
 3. Valida el prototipo o el producto mínimo viable a través de entrevistas con clientes potenciales:
 - 3.1. Delimita los objetivos a cubrir a partir del prototipo o producto mínimo viable diseñado.
 - 3.2. Determina cómo vais a presentar el prototipo o producto mínimo viable al cliente potencial
 - 3.3. Redacta cada uno de los apartados de la entrevista.
 - 3.4. Realiza la entrevista con un pequeño número de clientes potenciales entregados a tu producto o servicio.
 4. Entrevista a algunos empresarios.
 5. Toma decisiones sobre el modelo de negocio referentes a tomar la decisión de:
 - 5.1. Pivota, es decir, modificar las ideas iniciales que teníais, o, en su caso, persevera, es decir, continuar con las ideas iniciales.
 - 5.2. Define la visión y misión de nuestro modelo de negocio.
 - 5.3. Describe de forma detallada los productos o servicios en que se vaya a basar la actividad económica, señalando las características que los definen y eligiendo las estrategias que deben adoptarse en relación con ellos:
 - 5.3.1. Describe el producto o servicio.
 - 5.3.2. Describe sus características.
 - 5.3.3. Identifica las necesidades satisfechas.
 - 5.3.4. Determina los atributos más importantes.
 6. Define el proceso de producción.
 - 6.1. Explica cómo se produce el producto o el servicio.

- 6.2. Representa, mediante un esquema gráfico, todas las fases que constituyen el proceso de producción del producto o servicio (recogiendo las operaciones, la secuencia y el lugar donde se realizan)
- 6.3. Visita alguna empresa similar a la vuestra.
7. Identifica la empresa:
 - 7.1. Elige la denominación de la empresa.
 - 7.2. Elige el logotipo, los signos y los símbolos representativos. Si lo creéis conveniente, también un nombre comercial.
8. Identifica los productos y servicios:
 - 8.1. Decide si queréis diferenciar vuestros productos o servicios mediante una marca propia registrada, o una ajena (franquicia, patrocinio, exclusiva etc.), debéis explicar los motivos de la elección y la imagen que deseáis transmitir.
 - 8.2. También que analicéis los trámites y gestiones necesarias.
9. Presenta en público el producto o servicio que habéis definido.

3. ESQUEMA DE LA FASE 3 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 3: PROTOTIPO O PRODUCTO MÍNIMO VIABLE Y SU VALIDACIÓN. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y SUS PRODUCTOS

1. LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO
2. PROTOTIPO O PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
 - 2.1. Delimitación de las hipótesis de partida sobre el modelo de negocio
 - 2.2. Prototipo o Producto Mínimo Viable
3. VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO O PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
 - 3.1. Delimitación de objetivos a cubrir a partir del prototipo o producto mínimo viable
 - 3.2. Instrumentos de presentación del prototipo o del producto mínimo viable a los cliente potenciales
 - 3.3. Cuadernillo del cuestionario
4. LA REALIZACIÓN DE LA ENTREVISTA
 - 4.1. Selección e identificación de la muestra
 - 4.2. Plan de realización de la encuesta.
 - 4.3. Informe sobre el trabajo de campo realizado (lugar, momentos, observaciones y comentarios).
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA
 - 5.1. Resultados de la entrevista
 - 5.1.1. Datos obtenidos.
 - 5.1.2. Representación gráfica (si son convenientes).
6. ENTREVISTA CON EMPRESARIOS
7. DECISIONES SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO

- 7.1. Decisión sobre pivotar o perseverar
- 7.2. Definición de la visión y misión de nuestro modelo de negocio
- 7.3. Concreción de la actividad y de los productos/servicios
- 7.4. Objetivos y parámetros de partida para el proyecto
 - 7.4.1. Expectativas sobre la aceptación del negocio
 - 7.4.2. Crecimiento previsto
8. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS EN QUE SE VA A BASAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL
9. PROCESO DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS: DESCRIPCIÓN DE LAS ETAPAS, TIEMPOS Y OPERACIONES DE PRODUCCIÓN, O DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA
10. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA
 - 10.1. Elección de la denominación de la empresa
 - 10.2. Elección del logotipo, signos y símbolos representativos
 - 10.3. Dibujos de los modelos del logotipo y símbolos representativos de la empresa
11. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
 - 11.1. Establecimiento de marcas propias
 - 11.2. Dibujo de los logotipos y símbolos representativos de las marcas

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

Revisar el apartado

- 1.4. Descripción del producto o servicio.

3. PLAN DE MARKETING

- 3.1. Objetivos
- 3.2. Estrategia comercial
- 3.3. Política de producto o servicio: El proceso productivo o de prestación de servicio
- 3.4.
- 3.5.
- 3.6.

PROYECTO DISEÑO Y SIMULACIÓN DE UN PLAN DE EMPRESA

FASE 4: PLAN DE MÁRketing: PLAN DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS. PLAN DE APROVISIONAMIENTO. DEFINICIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN. GASTOS GENERALES. PLAN DE COMUNICACIÓN

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Establecer el plan de producción o prestación de servicios de la empresa, su aprovisionamiento y el cálculo de costes.
- Planificar la distribución, los gastos generales y el cálculo de costes.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 3, los Criterios de Evaluación c) g).**
- **Resultado de Aprendizaje 6, los Criterios de Evaluación a) b) d).**

1. Elabora el plan de producción o de prestación de servicios prevista para los cinco primeros años (el primer año por meses)
2. Elabora un plan de distribución indicando las características de los canales elegidos.
3. Describe la organización de la administración de la empresa cómo y quiénes van a realizar estas tareas.
4. Describe la organización de los servicios generales: limpieza, vigilancia, seguridad, etc.
5. Elabora un plan de aprovisionamiento.
 - 5.1. Identificar los proveedores
 - 5.2. Planificar los pedidos.
6. Determina los recursos necesarios para todo el proceso de producción o prestación de servicios, distribución y administración:
 - 6.1. Determinar la inversión en inmovilizado.
 - 6.2. Determinar los recursos en suministro y servicios exteriores.
 - 6.3. Determinar los recursos humanos necesarios.
7. Elabora un plan de comunicación:
 - 7.1. Describe el mercado objetivo a través del “buyer persona”
 - 7.2. Determina las estrategias para introducir el producto o servicio en el mercado.
 - 7.3. Determina los instrumentos necesarios para llevar a cabo esa estrategia.
 - 7.4. Elabora una estrategia de responsabilidad social corporativa de la empresa.
8. Exponer en público el plan de comunicación.

9. Elabora un presupuesto de costes de lo tratado en esta fase:
 - 9.1. Elabora un cuadro de inversión y amortización del activo no corriente asignado a la producción o prestación de servicios, distribución, administración y a la venta.
 - 9.2. Elabora un cuadro del cálculo de los costes de mercaderías, en su caso.
 - 9.3. Elabora un cuadro-resumen de los costes del primer año por meses y de los cinco primeros años por totales anuales.
 - 9.4. Clasifica los costes por su variabilidad (fijos y variables) y con relación a su afectación a los productos (directos e indirectos) para el cálculo futuro del resultado del ejercicio siguiendo el modelo del cálculo de costes del “Coste Completo Radical”

3. ESQUEMA DE LA FASE 4 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 4: PLAN DE MARKETING: PLAN DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS. PLAN DE APROVISIONAMIENTO. DEFINICIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN. GASTOS GENERALES

1. PLAN DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS: VOLÚMENES Y FECHAS DE PRODUCCIÓN
2. ORGANIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN
3. LA ADMINISTRACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES DE LA EMPRESA
 - 3.1. Organización de la administración: los administradores y el departamento administrativo
 - 3.2. Organización de los servicios generales: limpieza, vigilancia, seguridad, etc.
4. PLAN DE APROVISIONAMIENTO
 - 4.1. Identificación de proveedores
 - 4.2. Planificación de pedidos
5. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS, DISTRIBUCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y LAS VENTAS
 - 5.1. Inversión en inmovilizado
 - 5.2. Suministros y servicios exteriores
 - 5.3. Recursos humanos
6. PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA
7. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
8. PRESUPUESTOS DE COSTES
 - 8.1. Cuadro de inversión y amortización del activo no corriente asignado a la producción o prestación de servicios, distribución, administración y ventas.
 - 8.2. Cuadro de costes de mercaderías
 - 8.2.1. Cuadro-resumen de costes mensuales del primer año
 - 8.2.2. Gasto anual del stock de seguridad
 - 8.3. Cuadro-resumen de los costes previstos de producción o prestación de servicios, distribución, administración, comunicación y venta del primer año por meses
 - 8.4. Cuadro de los costes previstos de producción o prestación de servicios, distribución, administración, comunicación y venta de los cinco primeros años

- 8.5. Clasificación de los costes previstos de producción o prestación de servicios, distribución, administración y venta en variables y fijos, directos e indirectos

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

3. PLAN DE MARKETING

- 3.1.
- 3.2.
- 3.3. Política de producto o servicio: El proceso productivo o de prestación de servicio
- 3.4. Política de promoción
- 3.5.
- 3.6.

4. EL PLAN DE ORGANIZACIÓN.

- 4.1. Instalaciones e infraestructuras
- 4.2. Proveedores y gestión de compras
- 4.3. Recursos humanos

FASE 5: PLAN DE MARKETING: DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS.

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Fijar los precios y la organización de ventas.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 6, los Criterios de Evaluación b) d).**

1. Elabora un plan de precios:
 - 1.1. Determina los métodos de fijación de precios.
 - 1.2. Describe las estrategias elegidas.
 - 1.3. Elabora una lista de precios de los productos o servicios en la que se indicará el tipo de gravamen de IVA correspondiente, y si éste está incluido o no en el precio que señaláis.
2. Organiza y planifica las ventas:
 - 2.1. Prevé las ventas de los cinco primeros años, elaborando un cuadro-resumen del primer año por meses y un resumen anual del resto de los años.

3. ESQUEMA DE LA FASE 5 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 5: PLAN DE MARKETING: DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS. ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS

1. POLÍTICA DE PRECIOS
 - 1.1. Métodos de fijación de precios

- 1.2. Estrategias elegidas
- 1.3. Listas de precios
- 2. PREVISIÓN DE VENTAS
 - 2.1. Ventas mensuales del primer año
 - En unidades físicas
 - En valor monetario
 - 2.2. Ventas anuales de los cinco primeros años
 - Cuadro-resumen de ingresos

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

- 3. PLAN DE MARKETING
 - 3.1.
 - 3.2.
 - 3.3.
 - 3.4.
 - 3.5. Política de precio
 - 3.6. Presupuesto de venta

FASE 6: DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Determinar la forma jurídica de la empresa.
- Determinar su localización y los gastos generales para su puesta en funcionamiento.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 3, los Criterios de Evaluación b) f).**
- **Resultado de Aprendizaje 4, los Criterios de Evaluación b).**
- **Resultado de Aprendizaje 5, los Criterios de Evaluación a) b) c) h).**
- **Resultado de Aprendizaje 6, el Criterio de Evaluación d).**

- 1. Determina la forma jurídica de la empresa:
 - 1.1. Identifica las distintas formas jurídicas, analizar sus principales características e informaros de los trámites, gastos e impuestos de cada forma jurídica.
 - 1.2. Analiza, con toda esta información, las ventajas e inconvenientes de cada una de las formas jurídicas, y determinar finalmente la forma jurídica que consideréis más adecuada.
- 2. Elabora un presupuesto de gastos e impuestos inherentes a la constitución y al registro de la empresa.

3. ESQUEMA DE LA FASE 6 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 6: DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA. LA LOCALIZACIÓN

1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA
 - 1.1. Criterios seguidos para la elección
 - 1.2. Ventajas e incentivos que pueden obtenerse
2. GASTOS E IMPUESTOS INHERENTES A LA CONSTITUCIÓN Y AL REGISTRO DE LA EMPRESA

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

5. ASPECTOS JURÍDICOS Y FISCALES

FASE 7: ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. EL DEPARTAMENTO DE PERSONAL

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Establecer la estructura organizativa de la empresa.
- Definir los puestos de trabajo necesarios, de acuerdo con las decisiones tomadas en otras fases.
- Describir los procesos de reclutamiento, selección, acogida y formación de los trabajadores necesarios.
- Contratar a los nuevos trabajadores.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 5, los Criterios de Evaluación c) h).**
- **Resultado de Aprendizaje 6, los Criterios de Evaluación d).**

1. Elabora el organigrama de vuestra empresa, detallando los departamentos y las tareas básicas de las personas que los componen.
2. Determina las modalidades de contratación del personal para cada puesto de trabajo.
3. Calcula los costes de personal.
 - 3.1. Elabora un informe de costes salariales mensuales correspondientes al primer año, en el que se recojan: Sueldos brutos, cotizaciones a la Seguridad Social de los trabajadores, retenciones por IRPF, cuota de la Seguridad Social a cargo de la empresa.
 - 3.2. Elabora una previsión de pagos durante el primer año para llevar posteriormente al presupuesto de tesorería.

3. ESQUEMA DE LA FASE 7 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 7: ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. EL DEPARTAMENTO DE PERSONAL

1. LA ORGANIZACIÓN FUNCIONAL INTERNA DE LA EMPRESA
 - 1.1. Organigrama de la empresa
 - 1.2. Informe sobre la organización del personal de la empresa
2. DETERMINACIÓN DE LAS MODALIDADES DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL
3. CÁLCULOS DE LOS COSTES SOCIALES DE LA EMPRESA
 - 3.1. Costes mensuales del primer año
 - 3.2. Previsión de pagos durante el primer año

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

4. EL PLAN DE ORGANIZACIÓN
 - 4.1.
 - 4.2.
 - 4.3. Recursos humanos

FASE 8: LA INVERSIÓN Y LA FINANCIACIÓN. EL ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL PROYECTO

1. OBJETIVOS GENERALES DE LA FASE

- Determinar las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto y sus fuentes de financiación.
- Realizar un análisis económico-financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

2. CRITERIOS ESPECÍFICOS DE LA FASE

Suponen la concreción dentro del:

- **Resultado de Aprendizaje 3, los Criterios de Evaluación g) h).**
- **Resultado de Aprendizaje 4, los Criterios de Evaluación a) c) g) h).**
- **Resultado de Aprendizaje 6, los Criterios de Evaluación d) e) f).**

1. Elabora los cuadros auxiliares para la planificación de la inversión y financiación del proyecto empresarial:
 - 1.1. Elabora un cuadro-resumen de inversión y amortización del inmovilizado en los cinco primeros años.
 - 1.2. Elabora un cuadro-resumen de los cobros por ventas y por IVA repercutido.
 - 1.3. Elabora un cuadro-resumen de los pagos por compras y otros gastos y por IVA soportado.
 - 1.4. Elabora un cuadro auxiliar para el cálculo de las liquidaciones trimestrales de IVA.
 - 1.5. Elabora una hoja auxiliar de trabajo de previsión de tesorería del primer año.

- 1.6. Elaborar los cuadros de amortización de los fondos ajenos.
2. Elabora el cuadro de previsión de tesorería del primer año.
3. Elabora un plan de financiación del proyecto.
 - 3.1. Determina la financiación propia del proyecto y el capital necesario para su puesta en funcionamiento.
 - 3.2. Determina la financiación ajena necesaria identificando y justificando las distintas fuentes e instrumentos que se van a utilizar.
 - 3.3. Determina las ayudas y subvenciones públicas a las que puede tener acceso la empresa.
4. Analiza los estados financieros del proyecto de los cinco primeros años.
 - 4.1. Elabora la cuenta de resultados previsional de los cinco primeros años.
 - 4.2. Elabora el cash-flow de los cinco primeros años.
 - 4.3. Elabora el balance de situación provisional de los cinco primeros años
5. Realiza el análisis económico-financiero y el estudio de las inversiones del proyecto empresarial:
 - 5.1. Calcula el valor actual neto (VAN).
 - 5.2. Calcula la tasa interna de rentabilidad (TIR).
 - 5.3. Calcula el periodo de recuperación (pay-back).
 - 5.4. Calcula el índice de rentabilidad.
 - 5.5. Calcula la tasa de valor actual.
 - 5.6. Calcula la rentabilidad económica.
 - 5.7. Calcula la rentabilidad financiera.
 - 5.8. Realiza el análisis de liquidez.
 - 5.9. Realiza el análisis de endeudamiento.
 - 5.10. Calcula el punto muerto o umbral de rentabilidad.
6. Elabora las conclusiones sobre la viabilidad del proyecto

3. ESQUEMA DE LA FASE 8 DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

FASE 8: LA INVERSIÓN Y LA FINANCIACIÓN. EL ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL PROYECTO

1. ESTUDIOS Y CUADROS AUXILIARES PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN
 - 1.1. Inversión
 - 1.1.1. Cuadro-resumen de inversión y amortización del inmovilizado en los cinco primeros años
 - 1.1.2. Cuadro-resumen de los cobros por ventas y por IVA repercutido
 - 1.1.3. Cuadro-resumen de los pagos por compras y demás gastos y por IVA soportado
 - 1.1.4. Cuadro auxiliar para el cálculo de las liquidaciones trimestrales de IVA
 - 1.1.5. Previsión de tesorería del primer año: Borrador
 - 1.2. Financiación
 - 1.2.1. Cuadro de amortización de los fondos ajenos
2. PREVISIÓN DE TESORERÍA DEL PRIMER AÑO
3. PLAN DE FINANCIACIÓN

- 3.1. Financiación propia: capital
- 3.2. Financiación ajena: fuentes e instrumentos
- 3.3. Ayudas y subvenciones públicas
4. ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO DE LOS CINCO PRIMEROS AÑOS
 - 4.1. Cuenta de resultados previsional
 - 4.2. Elaboración del cash-flow
 - 4.3. Balance de situación previsional
5. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO. EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES
 - 5.1. Valor actual neto (VAN)
 - 5.2. Tasa interna de rentabilidad (TIR)
 - 5.3. Periodo de recuperación (payback)
 - 5.4. Índice de rentabilidad
 - 5.5. Tasa de valor actual
 - 5.6. Rentabilidad económica
 - 5.7. Rentabilidad financiera
 - 5.8. Análisis de liquidez
 - 5.9. Análisis de endeudamiento
 - 5.10. Punto muerto o umbral de rentabilidad
6. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

4. APARTADOS QUE SE PUEDEN ELABORAR DEL PLAN DE EMPRESA

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1. Identificación
6. PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO
 - 6.1. Plan de Inversiones
 - 6.2. Financiación
 - 6.3. Balance de Situación
 - 6.4. Cuenta de Resultados
 - 6.5. Previsión de Tesorería
 - 6.6. Ratios y Punto de Equilibrio
7. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO