



22 EDICIÓN PREMIOS “TORIBIO ECHEVARRIA”

CUESTIONARIO PARA IDEAS/PROYECTOS EMPRESARIALES



INTRODUCCIÓN

Todos los interesados en participar en el Premio de Ideas/Proyectos Empresariales “Toribio Echevarria” y que se encuentren en fase de idea/proyecto, deberán presentar el siguiente cuestionario debidamente cumplimentado y un “Resumen Ejecutivo”, con una extensión máxima dos páginas, que resalte los aspectos fundamentales de la “Idea Empresarial”.

El Tribunal se reserva el derecho a rechazar aquellas candidaturas que presenten un cuestionario incompleto o insuficientemente argumentado.

En caso de estar interesado en el Premio Tecnológico, habrán de hacer constar la idea de desarrollo o investigación en la que desean ser apoyados, en un volumen máximo de 10 folios.

ÍNDICE

0.- RESUMEN EJECUTIVO	3
1.- CONDICIONES PERSONALES DE LOS/LAS PROMOTORES/AS	3
2.- PRODUCTO/SERVICIO	4
3.- EL MERCADO	4
4.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	6
5.- PLAN DE INVERSIONES	6
6.- RECURSOS HUMANOS	6
7.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	6
8.- FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS	6

0.- RESUMEN EJECUTIVO

Este Resumen deberá tener como máximo una extensión de dos páginas y deberá resaltar los aspectos fundamentales de la “Idea Empresarial”.

1.- CONDICIONES PERSONALES DE LOS/LAS PROMOTORES/AS

- 1.1.- Experiencia en el mercado al que va dirigido el producto/ servicio que se presenta
- 1.2.- Experiencia previa en el mundo empresarial
- 1.3.- Grado de dedicación futura al proyecto
 - A tiempo completo, asumiendo el papel de promotor/a
 - A tiempo parcial
 - Identificar una persona que se haga cargo del mismo
 - Está ya identificada
 - Habría que identificarla
- 1.4.- Medios con los que ha contado para desarrollar el proyecto
- 1.5.- Tiempo que lleva desarrollando el proyecto
- 1.6.- Si se consolida el proyecto, ¿cual sería su grado de vinculación en el mismo?
 - Profesional
 - Financiero
- 1.7.- ¿Plantea alguna preferencia de ubicación física de la nueva actividad, caso de consolidarse el proyecto?
 - Explicar cual y el porqué
- 1.8.- Cuantificación preliminar del nivel de inversión requerido para la puesta en marcha de la iniciativa

2.- PRODUCTO/SERVICIO

- 2.1.- Descripción
- 2.2.- Necesidades que satisface
- 2.3.- Descripción de los productos/servicios existentes que satisfagan las mismas necesidades
- 2.4.- Análisis comparativo de ventajas e inconvenientes de nuestro producto/servicio respecto a los que satisfagan las mismas necesidades, indicando factores clave de diferenciación del nuestro en relación a los otros.
- 2.5.- Protecciones legales (patentes, modelo de utilidad, etc)
- 2.6.- ¿Existe prototipo físico? ¿Ha sido probado?
- 2.7.- Requerimientos de soporte tecnológico
 - Investigación y desarrollo de producto
 - Elaboración de prototipo
 - Adquisición tecnología existente
 - Otros

3.- MERCADO

- 3.1.- Características generales
 - Mercado objetivo
 - Tamaño, a ser posible cuantificado con cifras históricas
 - Proyecciones de futuro, determinando la tasa de crecimiento esperada, y las razones que explican esas proyecciones
 - Barreras de entrada y salida
- 3.2.- Clientes:
 - ¿Existe una diferenciación entre el que decide la compra (prescriptor), el que paga y el que utiliza en último término el producto? ¿Quien es cada uno? ¿Quien pesa más en la decisión de compra?
 - Motivaciones de compra
 - Precio
 - Calidad
 - Servicio
 - Márgenes de prescriptor

- Diseño
- Otros (Especificar)

- Poder negociador de los clientes
 - Estructura
 - Número

- Concentración geográfica
 - Capacidad de compra
 - Estrato social
 - Otros
- Posibilidad de integración (de que se conviertan en competidores).

- 3.3.- Competencia
 - Competencia Nacional e Internacional
 - Cuotas de mercado (como se reparten el mercado)
 - Tamaño
 - Capacidad financiera
 - Capacidad de innovación tecnológica
 - Canales de distribución (propios, ajenos, control de los mismos)
 - Localización geográfica

- Naturaleza
 - Entidades públicas
 - Entidades privadas
 - PYMES
 - Grandes empresas
 - Multinacionales
 - Holdings

- En general, puntos fuertes y débiles

- 3.4.- Proveedores:
 - Tipo de proveedor
 - Localización
 - Poder de negociación
 - Número
 - Posibilidad de que se conviertan en competidores

- 3.5.- Regulaciones, normativas, etc. que afecten al producto a comercializar y a sus sustitutos

4.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Teniendo en cuenta todos los factores expresados en los puntos anteriores, definir:

- 4.1.- Objetivos a corto.
- 4.2.- Objetivos a medio plazo.
- 4.3.- Objetivos a largo plazo.
- 4.4.- Líneas generales de actuación.
- 4.5.- Factores claves a los que hace falta hacer frente con mayor intensidad para garantizar la viabilidad del proyecto.

5.- PLAN DE INVERSIONES

- 5.1.- Inversiones en activos fijos materiales
 - Maquinaria
 - Instalaciones
 - Pabellón
 - Herramientas
 - Elementos de transporte
- 5.2.- Inversiones en activos inmateriales

6.- RECURSOS HUMANOS

- 6.1.- Relación de los diferentes puestos de trabajo a cubrir
- 6.2.- Organigrama

7.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 7.1.- Previsión de ventas.
- 7.2.- Previsión de tesorería (proyección a tres años)
- 7.3.- Medios para financiar las inversiones (fondos propios, préstamos, capital-riesgo, subvenciones, etc.).

8.- FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS

Relación de entidades, personas, bases de datos, libros, revistas y cualquier otra fuente de información utilizada para la realización del estudio.