



## **30º 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.

## 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.