



**XI EDICIÓN PREMIO MANUEL LABORDE  
WERLINDEN**

**“NUEVAS INICIATIVAS INNOVADORAS”**

**GUIÓN DE LA MEMORIA**

## INTRODUCCIÓN

Todas las personas interesadas en participar en el Premio deberán presentar una memoria basada en el siguiente guión debidamente cumplimentado y un “Resumen Ejecutivo”, con una extensión máxima de dos páginas, que resalte los aspectos fundamentales de la “Idea Empresarial”.

En caso de que la/s persona/s interesadas dispongan de un Plan de Negocio ya elaborado podrán presentarlo en el formato en el que se encuentre, siempre y cuando recoja la información solicitada en el presente guión.

## ÍNDICE

0.- RESUMEN EJECUTIVO .....	3
1.- LOS/LAS EMPRENDEDOR/ES .....	3
2.- LA IDEA DE NEGOCIO .....	5
3.- MERCADO EN EL QUE OPERARÁ LA NUEVA EMPRESA .....	7
4.- OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y PLANES .....	9
5.- PROYECCIONES ECONOMICAS Y FINANCIERAS .....	11
6.- CONCLUSIONES .....	13
7.- FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS .....	14

## 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.- LOS/AS EMPRENDEDOR/ES

1.1.- Experiencia en el mercado al que va dirigido el producto/servicio que se presenta:

---

---

---

---

---

1.2.- ¿Ha contado con algún medio para desarrollar el proyecto?, Explíquelo:

---

---

---

---

---

1.3.- Describa brevemente el proceso y el tiempo que lleva desarrollando el proyecto; el origen y las razones que le llevan a plantearse esta iniciativa:

---

---

---

---

---

1.4.- Grado de dedicación futura al proyecto:

- A tiempo completo, asumiendo el papel de promotor
- A tiempo parcial
- ¿Qué personas necesita para llevar adelante el proyecto?:
  - No necesito a nadie o no están identificados
  - He identificado los siguientes perfiles/personas:

---

**1.5.-** Aspectos que, a su juicio son los más complejos del proyecto:

---

---

---

---

**1.6.-** Indique sus necesidades de formación y asesoramiento para desarrollar la iniciativa empresarial prevista.

---

---

---

---

**1.7.-** ¿Plantea alguna preferencia de ubicación física de la nueva actividad, en caso de consolidarse el proyecto? Explique cuál y por qué:

---

---

---

---

**1.8.-** Cuantificación preliminar del nivel de inversión requerido para la puesta en marcha de la iniciativa.

---

---

---

---

## 2.- LA IDEA DE NEGOCIO

**2.1.-** Descripción resumida del producto/servicio que la empresa va a ofrecer. Indique también en qué grado de desarrollo o elaboración se encuentra y qué/cuánto le falta para estar listo:

---

---

---

---

**2.2.-** Necesidades que satisface, clientes/consumidores a los que va dirigido:

---

---

---

---

**2.3.-** Descripción de los productos/servicios y empresas existentes en el mercado en el que queremos operar y que satisfagan las mismas necesidades:

---

---

---

---

**2.4.-** Descripción de los aspectos innovadores del proyecto. Análisis comparativos de ventajas e inconvenientes del producto/servicio respecto a los ya existentes.

*Un proyecto es innovador cuando incorpora algún elemento nuevo, diferente al resto de los competidores, dentro del ámbito territorial en el que se vaya a competir. El elemento nuevo innovador puede ser el propio producto, puede encontrarse en la forma o sistema de producción, en la forma o sistema de comercialización, la logística, etc..*

---

---

---

---

**2.5.-** ¿Está el producto o proceso protegido mediante patente, modelo de utilidad o algún acuerdo?

---

---

---

---

---

**2.6.-** ¿Existe prototipo físico? ¿A sido probado? ¿O muestras? ¿Se cuenta con homologaciones?

---

---

---

---

---

**2.7.-** ¿Qué requerimientos de soporte tecnológico necesita su producto o proceso? ¿Está ya identificados? ¿En cuánto tiempo puede estar en el mercado?

- Investigación y desarrollo de producto o proceso.
- Desarrollo de software
- Elaboración de prototipo o muestras
- Adquisición de tecnología existente
- Otros, describir: \_\_\_\_\_

---

### 3.- MERCADO EN EL QUE OPERARÁ LA NUEVA EMPRESA

**3.1.-** Breve descripción del mercado (o mercados si son varios los productos/servicios) en el que se va a introducir la nueva empresa; tipos de productos, dimensión territorial y su volumen estimado. Objetivos de captación de la nueva empresa para los primeros años.

---

---

---

---

---

**3.2.-** Elementos de diferenciación competitiva y barreras de entrada al mercado:

*Los elementos de diferenciación competitiva son aquellos que son importantes para vender: precio, diseño, plazo de entrega, calidad, marca, etc... En cada mercado unos son más importantes que otros.*

*Las barreras de entrada son las limitaciones que se encuentra una empresa que quiera acceder al mercado y pueden ser de distinto tipo; la posesión de una tecnología que los demás no disponen, el cumplimiento de determinada certificación, la gran confianza de clientes muy conservadores, una gran capacidad financiera, medios de distribución, etc.*

---

---

---

---

---

**3.3.-** ¿Quiénes van a ser los clientes de la nueva empresa: empresas, consumidores, instituciones,...? ¿Cuál es su perfil: número, concentración geográfica, capacidad de compra? ¿Quiénes son los clientes de referencia?

---

---

---

---

---

**3.4.-** ¿Quiénes van a ser los proveedores de la empresa? Indique su perfil, número, localización geográfica, especificidad/poder de negociación... ¿Posee contactos o acuerdos con alguno?

---

---

---

---

---

**3.5.-** ¿Existen regulaciones, normativas, homologaciones que afecten al producto/servicio a comercializar?

---

---

---

---

---

**3.6.-** ¿Quiénes son la principal competencia para la nueva empresa? ¿Qué cuota de mercado poseen? ¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles? (tecnología, calidad, capacidad financiera, marketing, distribución,...)

---

---

---

---

---

#### 4.- OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y PLANES

**4.1.-** ¿Cuál es su aspiración con este proyecto empresarial? ¿Cómo ve su evolución en los próximos años? ¿Se ha marcado objetivos concretos?

---

---

---

---

---

**4.2.-** Estrategia y plan de marketing; estimación de ventas, precios, red comercial, canales de distribución, comunicación & publicidad:

---

---

---

---

---

**4.3.-** Estrategia y plan tecnológico; elementos tecnológicos de diferenciación competitiva. Diseño y desarrollo de producto. Tecnologías importantes a adquirir o desarrollar. Fuentes de esas tecnologías (empresas centros y/o universidades). Vías para el desarrollo y transferencia tecnológica (proyectos de I+D, colaboraciones,...)

---

---

---

---

---

**4.4.-** Estrategia y plan de producción; breve descripción de las operaciones del proceso productivo desde aprovisionamiento hasta expedición. Operaciones internas y subcontratadas. Principales medios (instalaciones, maquinarias, utillajes,...). Flexibilidad del proceso, tipos de producto (referencias) y volúmenes de producción:

---

---

---

---

---

**4.5.-** Política de acuerdos y alianzas; ¿Tiene suscritos o previstos acuerdos con otras organizaciones? Centros de I+D, proveedores, clientes, competidores, etc.

---

---

---

---

---

**4.6.-** Recursos Humanos; principales puestos a cubrir, funciones y perfiles requeridos. Organigrama. Calendario de incorporaciones, puestos fijos y no fijos.

---

---

---

---

---

## 5.- PROYECCIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

### 5.1.- Inversiones necesarias en activos fijos materiales:

Concepto	Importe aprox. (sin IVA)	Aportación ya realizada (si procede)
Terrenos		
Edificios y locales		
Maquinaria		
Instalaciones		
Herramientas y utillajes		
Elementos de transporte		
Mobiliario y enseres		
Otros (indicar)		
<b>TOTAL</b>		

### 5.2.- Inversiones en activos inmateriales:

Concepto	Importe aprox. (sin IVA)	Aportación ya realizada (si procede)
Patentes y marcas		
Investigación y Desarrollo en producto o proceso.		
Publicidad & promoción		
Otros (indicar)		
<b>TOTAL</b>		

### 5.3.- Cuentas de explotación previsionales:

### 5.4.- Balances de situación previsionales:

### 5.5.- Esquema de financiación previsto:

Recurso	Año 1	Año 2	Año 3	TOTAL
Recursos propios				
Préstamos				
Capital Riesgo (o semilla)				
Subvenciones				
Otros				
<b>TOTAL</b>				

## 6.- CONCLUSIONES

Resume en esquema DAFO los aspectos clave que hacen interesante acometer el nuevo proyecto empresarial, puntos fuertes y débiles del proyecto:

Puntos Fuertes:

---

---

---

---

Puntos Débiles:

---

---

---

---

Amenazas:

---

---

---

---

Oportunidades:

---

---

---

---

¿Cuáles cree que son sus principales necesidades que pueden ser cubiertas desde el BIC?:

- Apoyo al estudio de previabilidad tecnológico-comercial.
- Apoyo al estudio de mercado.
- Apoyo a la elaboración del Plan de Empresa (bussiness plan).
- Acceso a instalaciones, laboratorios o medios físicos.
- Acceso a contactos en el mundo empresarial (expertos, financiación,...).

Otros, describir: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 7.- 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:

---

---

---

---

---

---

---

---