

Módulo 10:

Proyecto Empresarial

I.E.S. "MIGUEL DE CERVANTES" - MURCIA

PROFESOR: TOMÁS MATÍAS VERDÚ CONTRERAS

CURSO: 2008/2009

MÓDULO: PROYECTO EMPRESARIAL

PROFESOR: TOMÁS MATÍAS VERDÚ CONTRERAS

DURACIÓN: 195 horas.

OBJETIVOS DEL MÓDULO

- 1.- Analizar los datos económicos que se requieren para poder delimitar una actividad empresarial.
- 2.- Definir de forma precisa los contenidos para desarrollar un proyecto empresarial concreto.
- 3.- Analizar y evaluar la viabilidad del proyecto empresarial, en base a la aplicación del modelo de determinación de costes más idóneo en función al tipo de empresa propuesto y a las técnicas de evaluación de inversiones y previsión de resultados.
- 4.- Analizar en función al proyecto empresarial propuesto, la forma legal más adecuada para su constitución y puesta en marcha.
- 5.- Utilizar los medios informáticos necesarios al objeto de realizar cálculos económicos y financieros y elaborar la documentación del proyecto empresarial.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

- 1.- Introducción a los costes:
 - a. Concepto de coste. Distinción entre coste y gasto.
 - b. Costes externos y costes calculados.
 - c. Clases de costes externos.
 - d. Criterios para determinar el coste de producción.
 - e. Costes de transformación.
 - f. Costes de producción de existencias.
 - g. Costes de producción. Análisis:
 - i) Costes de adquisición de los aprovisionamientos.
 - ii) Precio de compra.
 - iii) Gastos adicionales a la compra.

- h. Costes de los materiales.
- i. Devoluciones.
- j. Elementos que no alteran el precio de adquisición.
- k. Cargos que constituyen costes directos e indirectos de un producto.
- l. Cargos a imputar al coste de producción. Análisis.
- m. Las existencias en las empresas de servicios.

2.- Estructura básica de un proyecto empresarial.

3.- El Plan de Empresa.

4.- Factores externos que influyen en la actividad empresarial.

5.- El entorno de influencia de la empresa.

6.- El sector y la competencia.

7.- El estudio de mercado.

8.- Las fuentes de información.

9.- Las diferentes etapas en un estudio de mercado.

10.- Descripción del producto o servicio objeto del proyecto empresarial.

11.- Estudio de necesidades:

- a. Inmovilizado.
- b. Materiales, materias primas, suministros, materias auxiliares.
- c. Recursos Humanos.

12.- Los costes de producción:

- a. Formación.
- b. Los consumos de factores almacenables.
- c. El escandallo de costes.

13.- Política de aprovisionamiento:

- a. Selección de proveedores.
- b. Gestión de stocks.
- c. Costes de aprovisionamiento.

14.- Análisis de los planes de comunicación, publicidad, relaciones públicos y promoción de ventas del proyecto empresarial.

15.- La política de distribución del proyecto empresarial.

16.- Evaluación de la política de precios.

17.- Determinación de la forma jurídica de la empresa objeto del proyecto.

- 18.- Identificación de la empresa. Logotipo y nombre comercial.
- 19.- Localización de la empresa.
- 20.- La Organización Empresarial.
- 21.- El organigrama de la empresa.
- 22.- Los costes salariales. La contratación laboral.
- 23.- El departamento de Recursos Humanos. Funciones.
- 24.- La inversión en activo fijo o activo no corriente precisa:
 - a. Inmovilizado Inmaterial o Intangible.
 - b. Inmovilizado Material.
- 25.- La inversión en activo circulante o activo corriente precisa.
- 26.- La inversión en capital circulante precisa.
- 27.- La financiación del proyecto. Vías de financiación previsibles:
 - a. Préstamos y créditos a medio y largo plazo.
 - b. Financiación a través del mercado de capitales.
 - c. Capital. Riesgo.
 - d. Sociedades de garantía recíproca.
 - e. Arrendamiento financiero (leasing)
 - f. Ayudas y subvenciones oficiales.
- 28.- El coste de la financiación.
- 29.- El cash-flow y el análisis de las inversiones.
- 30.- Los métodos de evaluación de inversiones.
 - a. V.A.N.: Valor Actual Neto.
 - b. T.I.R.: Tasa Interna de Rentabilidad.
 - c. PAYBACK: Período de recuperación de la inversión.
- 31.- Estudio económico-financiero del proyecto empresarial.
- 32.- Evolución del negocio en los cinco primeros años: previsiones.
- 33.- Trámites básicos para la creación de la empresa.
- 34.- Presentación y comunicación del proyecto empresarial.

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS. GENERAL

<u>Unidades de trabajo</u>	<u>Horas aprox.</u>
1.- El proyecto de empresa. Plan de empresa.	5
2.- Análisis de los sectores de la actividad empresarial y de la competencia.	10
3.- Estudio de mercado.	10
4.- El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	45
5.- El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	25
6.- El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	25
7.- Identificación de la empresa. Forma jurídica, denominación y localización.	5
8.- La organización funcional de la empresa. Los Recursos Humanos.	10
9.- La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	40
10.- Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	20
<u>TOTAL HORAS</u>	<u>195</u>

UNIDADES DE TRABAJO: DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN TRIMESTRAL

Unidades de Trabajo	Horas	Acum.
Primer Trimestre:		
El proyecto de empresa. Plan de empresa.	5	5
Análisis de los sectores de la actividad empresarial y de		

la competencia.	10	15
Estudio de mercado.	10	25
El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	45	70
El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	25	95
El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	18	113
TOTAL PRIMER TRIMESTRE	113	113
Segundo Trimestre:		
El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	7	120
Identificación de la empresa. Forma jurídica, denominación y localización.	5	125
La organización funcional de la empresa. Los Recursos Humanos.	10	135
La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	40	175
Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	20	195
TOTAL SEGUNDO TRIMESTRE	82	195
TOTAL CURSO	195	195

**UNIDADES DE TRABAJO:
DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN MENSUAL**

Mes	Unidades de Trabajo	Horas	Acum.
	Primer Trimestre:		
Septiembre (15 horas)	El proyecto de empresa. Plan de empresa.	5	5
	Análisis de los sectores de la actividad empresarial y de la competencia.	10	15
Octubre (36 horas)	Estudio de mercado.	10	25
	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	26	51
Noviembre (36 horas)	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	19	70
	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	17	87
Diciembre (26 horas)	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	8	95
	El plan de marketing. Definición de distribución.		

	Determinación de los precios. Organización de las ventas.	18	113
	Segundo Trimestre:		
Enero (27 horas)	El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	7	120
	Identificación de la empresa. Forma jurídica, denominación y localización.	5	125
	La organización funcional de la empresa. Los Recursos Humanos.	10	135
	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	5	140
Febrero (36 horas)	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	35	175
	Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	1	176
Marzo (19 horas)	Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	19	195
	TOTAL CURSO	195	195

**UNIDADES DE TRABAJO:
DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN SEMANAL**

Semana	Unidades de Trabajo	Horas	Acum.
1	El proyecto de empresa. Plan de empresa.	5	5
1	Análisis de los sectores de la actividad empresarial y de la competencia.	4	9
2	Análisis de los sectores de la actividad empresarial y de la competencia.	6	15
2	Estudio de mercado.	3	18
3	Estudio de mercado.	7	25
3	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	2	27
4	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	9	36
5	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	9	45
6	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	9	54
7	El plan de marketing. Definición del producto. Producción y aprovisionamiento.	9	63
8	El plan de marketing. Definición del producto.		

	Producción y aprovisionamiento.	7	70
8	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	2	72
9	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	9	81
10	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	9	90
11	El plan de marketing. Definición del mercado y comunicación.	5	95
11	El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	4	99
12	El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	9	108
13	El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	9	117
14	El plan de marketing. Definición de distribución. Determinación de los precios. Organización de las ventas.	3	120
14	Identificación de la empresa. Forma jurídica, denominación y localización.	5	125
14	La organización funcional de la empresa. Los Recursos Humanos.	1	126
15	La organización funcional de la empresa. Los Recursos Humanos.	9	135
16	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	9	144
17	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	9	153
18	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	9	162
19	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	9	171
20	La inversión y la financiación de la empresa. El estudio de viabilidad del proyecto empresarial.	4	175
20	Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	5	180
21	Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	9	189
22	Planificación de operaciones. Documentación y presentación del proyecto empresarial.	6	195

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN

(A) Criterios de evaluación básicos del módulo:

- 1.- Analizar e interpretar la información obtenida derivada de una empresa concreta o sector de actividad empresarial, respecto a:
 - a. Actividades.
 - b. Cuota de mercado.
 - c. Nivel de negocio.
- 2.- Proponer una idea de empresa, justificando su viabilidad, finalidad y características.
- 3.- Concretar los aspectos claves de un proyecto empresarial, en especial:
 - a. Identificar y obtener la información precisa para poner en marcha la idea de empresa propuesta.
 - b. Definir el proyecto empresarial, en base a los siguientes conceptos:
 - i) Productos o servicios objeto del proyecto.
 - ii) Localización.
 - iii) Dimensión empresarial.
 - iv) Demanda prevista.
 - v) Inversión mínima precisa.
 - vi) Fuentes de financiación necesarias.
 - vii) Volumen de producción preciso. Stocks mínimos de materias primas, auxiliares y materiales.
 - viii) Stocks mínimos de productos terminados.
 - ix) Estimación sobre volumen de ventas o prestación de servicios.
 - x) Organización funcional.
 - xi) Estructura de personal. Funciones y cualificación.
 - xii) Imagen de empresa. Logotipo, nombre comercial y marcas.
- 4.- Determinación de los costes de producción:
 - a. Formación.
 - b. Cálculo de los consumos de factores almacenables.
 - c. Formación del escandallo de costes.
- 5.- Precisar e identificar los conceptos fundamentales, respecto a los siguientes modelos de costes:
 - a. Direct-costing.
 - b. Full-cost.
 - c. Coste industrial.
- 6.- Política de aprovisionamiento. Implementar, desarrollar y calcular:
 - a. Selección de proveedores.
 - b. Gestión de stocks.
 - c. Costes de aprovisionamiento.

7.- En función a la información obtenida sobre:

- a. Inversiones precisas.
- b. Financiación necesaria para desarrollar el proyecto empresarial.
- c. Volumen de producción.
- d. Niveles de ventas.
- e. Niveles de precios.

Para el horizonte temporal preestablecido, determinar:

- a. El V.A.N. y el T.I.R. de las inversiones previstas.
- b. Razonar y argumentar el estudio de viabilidad del proyecto empresarial, en función a las estimaciones realizadas y cálculos practicados.

8.- Argumentar sobre la forma jurídica idónea que ha de adoptar la empresa desarrollada en el proyecto empresarial.

- a. Sociedad Limitada.
- b. Sociedad Anónima.
- c. Sociedad Cooperativa.
- d. Sociedad Anónima Laboral.
- e. Sociedad Limitada Laboral.
- f. Otra forma societaria.

Para su ejecución influirán los siguientes factores:

- a. Ventajas e inconvenientes respecto a:
 - i) Subvenciones oficiales.
 - ii) Ventajas fiscales, nacionales, autonómicas y locales.
 - iii) Incentivos regionales o nacionales, desde la vertiente económica.
- b. Localización:
 - i) Contratos de compraventa.
 - ii) Contratos de arrendamiento de locales e instalaciones.
- c. Financiación:
 - i) Aportaciones de capital.
 - ii) Subvenciones oficiales.
 - iii) Préstamos. Modalidades subvencionales.
- d. Inversión:
 - i) Adquisición de Inmovilizado.
 - ii) Adquisición de existencias iniciales.
- e. Personal:
 - i) Modalidades de contratos de trabajo.
 - ii) Altas en Seguridad Social.
 - iii) Altas en mutualidades laborales.
- f. Imagen y publicidad:
 - i) Promoción de la empresa. Comunicaciones y anuncios en medios de comunicación.

(B) Criterios de evaluación y calificación generales:

Los aprobados en el proyecto curricular.

MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía básica:

1. “La Idea de Empresa. El Proyecto de Empresa. Métodos y Procedimientos. La Viabilidad del Proyecto” (Word dinámico) © 2003 Tomás Matías Verdú Contreras, obra inscrita en el Registro General de la Propiedad Intelectual.
2. “Mementos contables”, ed. Lefebvre.
3. “Mementos fiscales”, ed. Lefebvre.
4. “Manual de Contabilidad y Control de Gestión”, ed. TALE, S.A.E.
5. “Manual práctico de Contabilidad de Gestión”, Universidad Pontificia de Comillas (I.C.A.I., I.C.A.D.E.)
6. “La Idea de Empresa. El Proyecto de Empresa. Objetivos y Fases. Fundamentos de Administración de Empresas”, obra inscrita en el Registro General de la Propiedad Intelectual.

Otros instrumentos:

1. Equipos informáticos, con tratamiento de textos, hojas de cálculo y calculadoras.
2. Modelos fiscales y laborales.
3. Cuadernos de Economía y Fiscalidad.

Otra bibliografía recomendada e inscrita en el Registro General de Propiedad Intelectual:

1. “Guía Mercantil y Contable” © Tomás Verdú Contreras.
2. “Programa de Gestión y Análisis de Empresa” (200 hojas de cálculo en Excel) © Tomás Verdú Contreras.
3. “Valoración de Empresas” (26 hojas de cálculo en Excel) © Tomás Verdú Contreras.
4. “Sistema de 43 hojas de cálculo en Excel relativas a la Administración de Empresas” © Tomás Verdú Contreras.
5. “Sociedad Cooperativa. Fiscalidad y Estructura Financiera” (19 hojas de cálculo) © Tomás Verdú Contreras.
6. “Programa de Control y Análisis de Empresas Constructoras e Inmobiliarias” (100 hojas de cálculo) © Tomás Verdú Contreras.
7. Tablas Dinámicas Plan General de Contabilidad 2.007. © Tomás Verdú Contreras.
8. Tablas Dinámicas sobre Imposición sobre Beneficios. Plan General de Contabilidad 2.007. © Tomás Verdú Contreras.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Estarán en función a la programación general de este módulo y su objeto será:

1. Empresas privadas y organismos representativos: documentar aspectos concretos del proyecto empresarial.
2. Organismos públicos locales: obtener información sobre cuestiones relevantes que afecten a apartados o situación de niveles de desarrollo del proyecto empresarial.

METODOLOGÍA DE DESARROLLO ESPECÍFICO DEL MÓDULO

Se prevé:

1. Formar grupos de trabajo, los cuales se distribuirán de forma voluntaria, para la preparación, descubrimiento, información, documentación y exposición razonada y argumentada del proyecto elegido, ante el resto de componentes del grupo y el profesor del módulo.
2. Será función del profesor del módulo la adscripción y orientación de sus componentes; la determinación de los tiempos máximos y mínimos de ejecución de cada unidad de trabajo; de los tiempos dedicados a discusión y debate por cada unidad de trabajo; y la configuración de cada tarea formando parte de la programación general del aula.
3. El número mínimo de alumnos de las unidades programadas será de 2, y el máximo será el completo de los matriculados en el ciclo. Ello supone un esfuerzo continuo por cada uno de los alumnos en las labores de desarrollo, siempre supervisadas por el profesor del módulo, quien facilitará:
 - a. Orientación de los trabajos.
 - b. Utilidades y herramientas para desarrollar los distintos apartados, entre otros:
 - i) Costes.
 - ii) Estudios financieros.
 - iii) Análisis de mercados.
 - iv) Análisis de productos o servicios.
 - v) Análisis de producción.
 - vi) Análisis de comercialización.
 - vii) Trabajos de búsqueda de información, ante las administraciones y organismos competentes.

