

CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES. UNA EXPERIENCIA DE DOCENCIA EUROPEA Y COOPERACIÓN ENTRE UNIVERSIDAD, EMPRESA E INSTITUCIONES.

Ayala Calvo, Juan Carlos
Castresana Ruiz-Carrillo, Jose Ignacio

ABSTRACT

In this work, the authors describe their experience in the year 2003/04 with the subject “Business Creation”. This subject was part of the activities of the Chair of Entrepreneurs of the Official Chamber of Commerce and Industry of La Rioja. This is a pioneering experience aimed at contributing to the study, research and education in the main subjects of interest for entrepreneurs (reality, problems and perspectives). The collaboration agreement has an initial term of three academic years.

This paper covers the following issues: ends, objectives, teaching process, human resources and materials used, cooperation with businesses and institutions, development of the course and results obtained by the students, teachers and society.

KEYWORDS: Entrepreneurs, ECTS, education

1. INTRODUCCIÓN

El Rector de la Universidad de La Rioja, y el Presidente de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja, firmaron en diciembre de 2003 un convenio para la creación de la Cátedra de Emprendedores de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja, primera creada por una Cámara en un campus español, que pretende contribuir al estudio, la investigación y la enseñanza de las principales cuestiones de interés (realidad, problemas y perspectivas) relativas a quienes emprenden una idea de negocio. El convenio de colaboración tiene una duración prevista, inicialmente, de tres cursos académicos.

La Cátedra de Emprendedores de la Cámara Oficial e Industria de La Rioja tiene como objetivo la docencia, la investigación y el análisis de la actividad emprendedora desde todos los puntos de vista que se consideren relevantes. Pretende lograr los objetivos propuestos a través de las siguientes acciones:

- a) Formación de formadores,
- b) Seminarios sobre ideas de negocio,
- c) Charlas sectoriales en las que se muestren experiencias emprendedoras,
- d) Foro de autoempleo,
- e) Impartición de un curso de creación de empresas,
- f) Diseño de servicio de asesoría a los emprendedores,
- g) Publicación electrónica de la revista “emprendedor”.

Para garantizar el seguimiento de las actividades de la Cátedra se constituyó una Comisión Mixta Paritaria formada por tres representantes de la Universidad de La Rioja y tres representantes de la Cámara Oficial de

Comercio e Industria de La Rioja. Corresponde a la Comisión Mixta aprobar el programa de actividades, el presupuesto económico de la Cátedra para cada año académico y el informe memoria de actividades desarrolladas. Igualmente será de su competencia promover cuantas acciones conduzcan a un mejor desarrollo de la Cátedra, así como entender en cuantas incidencias puedan surgir el curso de sus actividades.

En el marco de esta iniciativa pionera, la actividad más relevante durante el curso académico 2003/04 ha sido la impartición del curso de creación de empresas, en torno al cual han girado las charlas y seminarios ofrecidos a los alumnos.

2. CURSO DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

El curso de Creación de Empresas no es consecuencia de un acuerdo cuyuntural entre las dos Instituciones mencionadas (Universidad y Cámara de Comercio). Por parte de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja responde a un compromiso público manifestado en el programa electoral de su presidente; y por parte de la Universidad, responde a dos líneas estratégicas presentes en el Proyecto eURopa 2007:

A) Línea 3. Planes de Estudio: Anticipación Dinámica a las Demandas Sociolaborales
Acción 3.3. Habilidades Curriculares.

B) Línea 4. Relaciones con la Empresa.

Acción 4.7. Acuerdos con socios estratégicos para la implantación y financiación de perfiles, habilidades curriculares y títulos propios (otras universidades, ADER, FER, Cámara de Comercio, etc.)

2.1. FINALIDAD

Este curso pretende conseguir que el emprendedor pase de la motivación inicial a un plan de empresa concreto, que le permita obtener financiación y contribuya a la creación de un negocio viable y duradero del que pueda hacer su medio de vida. Por ello, acoge a estudiantes universitarios en la fase final de sus estudios y a todos aquellos que sin ser alumnos de la Universidad de La Rioja poseen una idea de negocio.

El curso, que tiene una duración de 6 créditos ECTS, sigue el modelo de aprendizaje propuesto por el Espacio Europeo de Educación Superior. El emprendedor no sólo tiene que recibir la información y conocimientos necesarios para poner en marcha la empresa, sino que ha de adquirir, además, habilidades y competencias “emprendedoras”.

2.2. OBJETIVOS

- A) Definir la idea de negocio
- B) Dotar al emprendedor de los conocimientos de organización de empresas, marketing, finanzas y jurídico-fiscales imprescindibles para definir el plan de empresa.
- C) Planificar las operaciones de la empresa, valorando sus consecuencias económicas en un plan de viabilidad.
- D) Elaborar un plan de empresa que permita al emprendedor una eficaz comunicación de su idea a clientes, proveedores, posibles financiadores, empleados y demás grupos de interés.
- E) Motivar al emprendedor para la puesta en marcha de su idea de negocio.
- F) Ofrecer al emprendedor una valoración técnica de su proyecto de empresa.
- G) Adquirir las siguientes habilidades y competencias:

- Creatividad.
- Capacidad para asumir riesgos y tomar decisiones.
- Capacidad de comunicación.
- Análisis y síntesis.
- Negociación.
- Trabajo en equipo.

2.3. PROCESO FORMATIVO

Dados los objetivos perseguidos, y las habilidades y competencias que se pretenden adquirir, el curso alterna las exposiciones teóricas en el aula con el trabajo individual dirigido por el profesor, el trabajo en equipo, seminarios, conferencias, foros virtuales y tutorías presenciales y en la red.

La coordinación de esta amplia variedad de recursos didácticos se realiza mediante el calendario del aula virtual, que genera la agenda de trabajo de cada semana. Esta contiene tanto el horario de los seminarios, conferencias, etc. como el tipo de trabajo (asistencia a clase, trabajo individual, actividades en el aula virtual) a realizar.

2.4. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

La Cátedra de Emprendedores pone a disposición de los promotores de nuevas iniciativas empresariales un claustro de seis profesores, pertenecientes a cuatro áreas de conocimiento distintas (organización de empresas, economía financiera y contabilidad, economía aplicada y comercialización e investigación de mercados). Los profesores actúan como docentes y como asesores de los planes de empresa.

Los docentes suministran el material básico de apoyo para la elaboración del plan de empresa, entre el que se incluye plantillas para la realización del resumen ejecutivo, documentación y esquemas para realizar un análisis estratégico, definir las políticas comercial y de producción, así como para hacer previsiones fiscales y financieras.

El documento final que han de elaborar los alumnos, al que denominamos plan de empresa, utiliza la guía de emprendedores y el estudio económico financiero del proyecto FIDES. El objetivo es que el emprendedor pueda utilizar el plan de empresa como una herramienta válida en la que apoyar la búsqueda de financiación, tanto a nivel privado como público.

Por otra parte, se ha diseñado un aula virtual que facilita la comunicación activa profesor-alumno. Dicha comunicación tiene fundamentalmente cuatro vertientes: a) docente: materiales y consultas de dudas sobre los mismos; b) asesoría: orientación y ayuda a las decisiones de cada plan de empresa en cuatro foros específicos (organización, marketing, finanzas y jurídico fiscal); c) intercambio de experiencias entre los alumnos y trabajo en equipo; y d) coordinación general.

Además del aula virtual, cuando los alumnos trabajan con el profesor en el aula “física” disponen de un ordenador portátil individual con conexión inalámbrica.

2.5. COOPERACIÓN CON EMPRESAS E INSTITUCIONES

Para que el plan de empresa sea útil, al entroncarse con la realidad empresarial y social de la región donde va a desarrollarse la actividad, la colaboración entre la Universidad y la Cámara Oficial de Comercio ha permitido la participación en el curso de las Instituciones con mayor implicación en la creación de empresas de la Comunidad Autónoma de la Rioja.

Así, se han organizado mesas redondas y conferencias en las que han participado la Ventanilla Única Empresarial de la Cámara Oficial de Comercio de La Rioja, el Servicio Riojano de Empleo, la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja y responsables del proyecto FIDES. De este modo, los alumnos, además de tener la oportunidad de contrastar la viabilidad de su idea, han tenido un conocimiento real de los trámites a cumplir para la apertura de su negocio, así como de las fuentes de financiación pública y subvenciones disponibles. También participaron Caja Rioja, Ibercaja y Ricari, principales financiadores privados y sociedades de capital riesgo que pueden apoyar el nacimiento de las empresas.

Se ha contado, además, con la cooperación de emprendedores que han hecho realidad su idea de negocio, como el presidente de AC Hoteles o el de ASI 24 Horas; con quienes compartimos experiencias sobre las luces y las sombras de la tarea que supone levantar una empresa.

2.6. DESARROLLO DEL CURSO

El desarrollo del curso ha seguido los pasos lógicos de la elaboración de un plan de empresa, partiendo de la motivación inicial y acabando en la búsqueda de financiación y la apertura del negocio.

Por consiguiente, la primera fase del curso se dedica a captar la atención y el interés de los posibles alumnos, buscando despertar las vocaciones emprendedoras. Para ello se organizó una conferencia y una mesa redonda sobre “los retos del emprendedor, cómo construir una empresa de éxito”; pretendían estimular la creatividad de los alumnos. Esta primera fase concluyó con la selección de los alumnos: se admitió a 25 personas, de las que 15 eran estudiantes de la UR.

La segunda fase del curso, que se desarrolló durante el mes de marzo de 2004, pretendía despertar el deseo de crear la propia empresa. Para ello se organizó una mesa redonda sobre “ideas de negocio para el siglo XXI”, y en el aula se organizó una conferencia sobre yacimientos de empleo, además de trabajar en la elaboración de un resumen ejecutivo inicial. Este pretendía plasmar, de un modo concreto, la idea de negocio sobre la que cada alumno trabajaría durante el resto del curso. El trabajo en equipo favoreció la adquisición de las habilidades de liderazgo e iniciativa.

La tercera fase del curso, desarrollada durante los meses de abril y mayo, pretendía demostrar a los alumnos la viabilidad de su idea transformándola en un plan de negocio. Para ello, ejercitando las habilidades de análisis y síntesis, y con breves exposiciones teóricas de los profesores, los alumnos asumieron el protagonismo. Se alternaron semanas de exposiciones teóricas con semanas de trabajo individual, asesoradas desde el foro del aula virtual. Se organizaron conferencias sobre aspectos concretos, como trámites y financiación y se concluyó esta fase con la redacción final del plan de negocio, según el formato del proyecto FIDES.

La cuarta fase, desarrollada durante el mes de junio, se dedicó a trabajar las habilidades de comunicación y negociación de los alumnos, mediante la presentación y defensa pública de su plan de negocio. Esto permitió, por un lado, evaluar los proyectos y, por otro, aumentar la confianza del emprendedor en la viabilidad de su propia idea de negocio.

La valoración de los proyectos se realizó con dos filtros. En primer lugar, cada alumno realizó una defensa de su plan de empresa ante sus compañeros y el claustro de profesores. Esto, junto con el feedback habido a lo largo del curso, permitió una valoración técnica, por parte de los profesores, basada en el cumplimiento de los requisitos organizativos, comerciales, financieros, fiscales, etc. para que el negocio sea viable. En segundo lugar, los proyectos más sobresalientes fueron defendidos ante la Comisión Mixta, que valoró básicamente la posibilidad de que esos planes de empresa se constituyeran en el modo de vida de su promotor.

Esta fase culminó con la concesión de los premios de la Cátedra de Emprendedores al mejor plan de empresa del curso 2003/04. El premio de la Cátedra, dotado con 3.000 euros, pretende motivar y ayudar a la constitución de la empresa.

2.7. RESULTADOS

Esta experiencia, pionera en la Universidad de la Rioja, tanto por la colaboración estrecha con las empresas e instituciones de nuestro entorno, como por la forma de impartirse, ha sido claramente satisfactoria para todos los agentes implicados en ella:

Alumnos. De los 25 alumnos matriculados, todos ellos presentaron un plan de empresa. Hay que destacar que algunos de ellos comenzaron el curso con una cierta motivación por el autoempleo, pero sin una idea concreta de negocio.

Las encuestas de evaluación demuestran que una gran mayoría de los alumnos valoran muy positivamente el aprendizaje realizado en el curso. El valor más frecuente ha sido 5 sobre 5. Sin embargo, hemos de señalar, que algunos de los alumnos universitarios hubieran preferido un mayor número de clases presenciales y un menor protagonismo en la toma de decisiones. Probablemente, esto se explica por el carácter innovador de la metodología docente empleada. No obstante, en el apartado de la encuesta en la que se cuestionaba la utilidad del curso para la creación de una empresa, el resultado unánime fue de cinco sobre cinco.

Tan solo tres meses después de la finalización del curso, dos planes de negocio se han convertido en empresas reales. Así mismo, otros cuatro manifiestan una clara intención de poner en marcha sus negocios en los próximos meses.

Profesores. Para los profesores, el desarrollo del curso ha supuesto un verdadero reto, ya que han tenido que utilizar metodologías basadas en el Espacio Europeo, y desarrollar un rol de asesores de empresas reales; además de mantener una estrecha y necesaria colaboración entre áreas de conocimiento.

Sin embargo, y a pesar de que comenzaron siendo críticos con la idea, todos ellos han manifestado su deseo de continuar formando parte del claustro de profesores.

Sociedad. El curso ha tenido un amplio impacto en los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma de La Rioja (prensa escrita, radio y televisión) y en internet, donde se cuentan más de 200 referencias a este proyecto.

La entrega de los premios ha supuesto la divulgación de los mejores planes de empresa en el periódico de mayor tirada regional y en programas de radio regionales de máxima audiencia. Esto, además de poner a prueba las habilidades de comunicación adquiridas por los alumnos, y su confianza en la viabilidad del proyecto, ha permitido despertar, en cierta medida, el espíritu emprendedor entre los jóvenes riojanos. Así lo demuestra el hecho de que en el mes de noviembre ya había más de 30 personas no universitarias interesadas en el curso.

Por otra parte, la Cátedra de Emprendedores se ha incorporado al entramado institucional riojano que apoya las iniciativas emprendedoras, colaborando activamente con ellas.

2.8. ACCIONES FUTURAS.

La Cátedra de Emprendedores de la Cámara Oficial de Comercio e Industria en la Universidad de La Rioja ampliará sus actividades en el curso 2004/05. Está previsto volver a impartir el curso de creación de empresas, incorporando las mejoras sugeridas tanto por los alumnos, como por los profesores y empresarios.

Previo al comienzo de la segunda edición, se organizarán sesiones de trabajo con los alumnos de último curso de la universidad, con la finalidad de despertar vocaciones emprendedoras. Las conferencias correrán a cargo de los alumnos premiados en la primera edición del curso. Además, con objeto de estimular el espíritu emprendedor de los universitarios, se convocará un premio sobre ideas de negocio. Las mejores ideas se desarrollarán y plasmarán en un plan de negocio en la siguiente edición del curso, a la cual accederán gratuitamente los alumnos premiados.

Así mismo, se iniciarán las actividades de asesoría y seguimiento de empresas en sus primeros años de vida, acompañando tanto los proyectos que han surgido dentro de la cátedra como otras iniciativas emprendedoras. Además, se crearán en la Web la Red de la Cátedra de Emprendedores, que aglutinará información, convocatorias y recursos para la creación de empresas. Pretende convertirse en un foro para la asesoría de los nuevos negocios, contactos entre emprendedores y de intercambio de buenas prácticas. Esta red, junto con el uso del aula virtual, permitirá extender los servicios de la Cátedra a los emprendedores de toda La Rioja.

ANEXO 1. PROYECTOS PREMIADOS

M^a Eugenia Aguirre Esponda ha obtenido el *Premio de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja al mejor trabajo emprendedor 2004* por su ‘Kit de bordado’. Una idea de negocio que pretende fabricar y vender *kits* de bordado con paisajes típicos, balcones, etc. partiendo de un *stock* inicial de 20 *kits* de acuarela estampada en tela.

El negocio pretende importar la materia prima a bajo coste, así como ofrecer clases de bordado y dossieres con las técnicas de uso con el fin último de recuperar el bordado y el gusto por la artesanía.

Creación de Empresa

Bordar en Acuarela

M^a Eugenia Aguirre Esonda

PRODUCTO EN MERCADO

VENTAJAS

- Novedad en el mercado español.
- Afición existente hacia las manualidades.
- Empresa familiar.
- Facilidades para dar a conocer el producto en ferias, y exposiciones regionales.
- Importación de la mayor parte de las materias primas a un reducido coste.

INCONVENIENTES

- Novedad en el mercado español.
- Competencia ya establecida.
- La juventud cada vez tiene menos tiempo para dedicarlo a trabajos manuales.
- Desconocimiento de los medios de producción.

DEFINICION DE NEGOCIO

- Venta y fabricación de kits de bordado y las cintas de seda necesarias.
- Los kits estarán basados en acuarelas de paisajes típicos, balcones, mercados, etc...

ESTRUCTURA DEL PRODUCTO

- Acuarela estampada en tela.
- Metraje necesario de las cintas de seda.
- Instrucciones de bordado.
- Fotografía del producto terminado.

OBJETIVOS

- Preparar al menos 20 kits diferentes en tamaño y grado de dificultad para su venta y distribución.
- Dar a conocer el producto en el entorno.
- Mostrar diseños terminados en tiendas especializadas y en exposiciones.
- Impartir clases de bordado con cintas de seda.
- Publicación de dossiers que enseñen las técnicas.
- Productos de promoción en fechas especiales.

BENEFICIOS DE LAS MANUALIDADES

- Lograr recuperar el gusto por la artesanía.
- Ayudar al desarrollo en niños y adolescentes.
- Fomentar valores como la paciencia.
- Satisfacción de haber creado arte.

En cuanto a los accésit, los tres concedidos han recaído en otros tantos alumnos de LADE y Enología de la Universidad de La Rioja.

Carlos Lucea, alumno de Enología, ha obtenido el accésit al *Mejor plan de negocio 2004* por su propuesta *Bodega familiar* que, partiendo de unas instalaciones pequeñas, con capacidad para 200.000 litros, pretende elaborar un producto selecto: vinos tintos o blancos de la D.O. Navarra a partir de los viñedos propios, lo que reduciría los costes iniciales del proyecto.

CREACION DE EMPRESA

BODEGAS VILLANUEVA S.L

Carlos Lucea Villanueva

CARACTERISTICAS BODEGA

- Alternancia máximos de trabajo de las 2 actividades.
- Variedad de materias primas y productos.
- Coincidencia geográfica de bodega y viñas.
- Conocimientos técnicos y del mercado.
- Experiencia empresarial.
- Posibilidad de cubrir huecos del mercado.

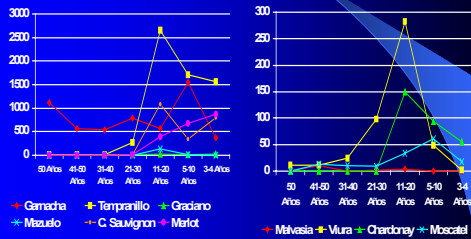
SISTEMA DE PRODUCCIÓN



DEFINICION DEL NEGOCIO

- Bodega familiar, acogida a la D.O. Navarra.
- Localización: Larraga (Ribera alta).
- Idea de producción y comercialización.
- 165000 botellas: 75 % Tinto y 25 % Blanco.
- 25 hectáreas de viñedos propios.
- Coexistencia 2 actividades económicas.

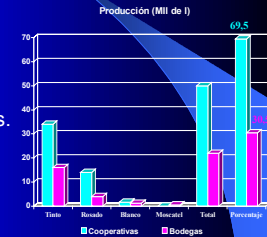
SUPERFICIE DE VIÑEDO (Ha)



EVENA 2003

SITUACION DEL SECTOR

- Supremacía del Tinto.
- Decadencia del Rosado.
- Poco blanco y de calidad.
- Hasta un 70 % esta en manos de las cooperativas.
- Gran venta a "granel".
- Necesario bodegas particulares.



EVENA 2003

OBJETIVOS

- Producir y comercializar 165000 botellas.
- Elaborar blancos y tintos.
- Productos de gama media alta.
- Definir tipicidad de los vinos.
- Ventas regionales, nacionales e internacionales.
- Pequeños comercios, restauración, tiendas especializadas y particulares.

MEDIDAS A TOMAR EN CONSTRUCCION

- Construcción de la bodega junto a las viñas.
- Dotarla de las ultimas novedades tecnológicas.
- Sala de elaboración, crianza y expedición.
- Gran inversión inicial.
- Sala de cata, restaurante, jardines, parking y tienda.
- Visitas guiadas.

MEDIDAS A TOMAR EN PRODUCCION

- Cuidado de las uvas en campo.
- Vendimia manual y seleccionada.
- Pequeñas y separadas vinificaciones.
- Distintos tipos y tiempos de crianzas.
- Diferentes vestimentas de las botellas.
- Buscar un producto identificador de la bodega.

MEDIDAS A TOMAR EN COMERCIALIZACION.

- Venta directa en bodega.
- Invertir en marketing y publicidad.
- Colocar cada producto en su sector.
- Asistencia a ferias y concursos.
- Presentación de los vinos.
- Búsqueda de distribuidores.
- Contratar profesionales del sector.

ANALISIS GENERAL

PUNTOS FUERTES:

- No partimos de cero.
- Alta gama de M. Primas.
- Experiencia empresarial.
- Conocimientos del sector.
- Compartir trabajos y costes, Integración vertical.

PUNTOS DEBILES

- Tamaño frente a proveedores
- Saturación del mercado.
- D.O. Navarra, poco conocida.
- Redes comercializadoras.

ASPECTOS ECONOMICOS

- Inversión inicial.
- Navarra Subvenciona 20 %.
- Aportaciones de los socios:
 - 200.000 Euros dinero.
 - 200.000 Euros terrenos.
- Resto financiación externa.

VENTAJAS COMPETITIVAS

- V. COMPETITIVA EN COSTES:
se parte con una experiencia e infraestructura que reduce los costes.
- V. COMPETITIVA EN DIFERENCIACIÓN:
la amplitud de variedades y clones ofrecen la posibilidad de crear productos diferentes.

CONCLUSIONES

- Proyecto ambicioso.
- Crear valor a un subproducto ya existente.
- Gran cantidad de necesidades cubiertas.
- Problemática comercial.
- En saber conjuntar todos los factores, residirá el éxito de este proyecto.
- Potenciar los puntos fuertes y minimizar los débiles.

-Enrique García Delgado, alumno de LADE, ha obtenido otro accésit por su proyecto *Live House* para comercializar sistemas integrales de seguridad tanto para urbanizaciones como para hogares individuales controlables desde el teléfono móvil, con asistencia 24 horas.



EMPRESA DE INSTALACIÓN DE SISTEMAS DE SEGURIDAD Y DOMÓTICA

PROMOTOR: ENRIQUE DELGADO RODRÍGUEZ

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- INICIALMENTE: Darnos a conocer en el mercado de los sistemas electrónicos de vigilancia (inserción de anuncios en el Diario La Rioja)
- En 5 AÑOS: Ser una de las 5 primeras empresas del sector en La Rioja
- Introducir los sistemas domóticos en los hogares riojanos

EL CAPITAL HUMANO

- El equipo directivo cuenta con una sólida formación en administración de empresas
- El equipo técnico, aunque joven, cuenta ya con la experiencia necesaria para realizar este tipo de actividades.
- Mucha motivación y convicción en el futuro éxito del negocio

¿QUÉ VAMOS A OFRECER?

- PRODUCTOS
 - ALARMAS
 - SISTEMAS DOMÓTICOS
- SERVICIOS
 - INSTALACIÓN
 - MANTENIMIENTO
 - ASISTENCIA

NECESIDADES DETECTADAS

- Creciente inseguridad por parte de los ciudadanos (los hurtos en hogares se han incrementado un 27 % respecto al año anterior)
- Mayores comodidades aprovechando los avances tecnológicos (calefacción / aire acondicionado encendido al llegar a casa)

MATRIZ DAFO

EMPRESA		ENTORNO	
DEBILIDADES		AMENAZAS	
escasez de recursos financieros	reducida dimensión	barreras de salida (productos específicos)	gran dependencia de proveedores
desconocimiento del mercado	inexperiencia comercial	integración hacia delante proveedores	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
conocimiento tecnológico	adecuada formación de los directivos	gran potencial crecimiento mercado	reducido poder negociador de clientes
cohesión del equipo de trabajo		segmentos insatisfechos	

VENTAJA COMPETITIVA

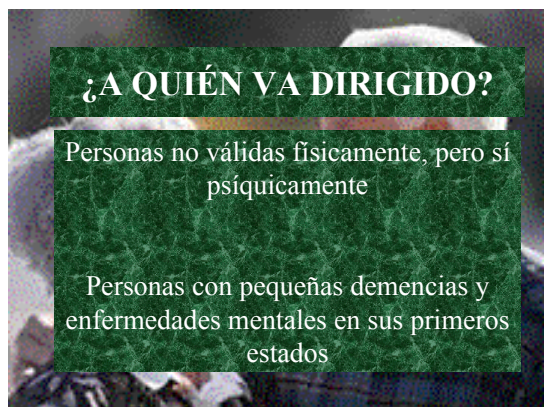
- Acuerdos de cooperación con proveedores: distribución exclusiva
- Sistemas domóticos: “pioneros” en nuestra comunidad
- Relación Calidad - Precio muy ajustada

LOS PRODUCTOS

- ALARMAS:
 - Basic (PVP aprox; 250 €)
 - Advance (PVP aprox 380 €)



Ángel V.Monge, alumno de LADE, ha obtenido otro accésit por su proyecto *Siglo XXI*, un Centro de Día para la Tercera Edad con horario de 7.30 a 21.30 horas –domingos y festivos incluidos- para la atención de ancianos impedidos o en situación de soledad. El centro atención en el hogar, servicios de peluquería y podología, religiosos, de entretenimiento, de recuperación física, etc.



MATRIZ DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> •Reducida dimensión •Escasez de recursos •Sin experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> •Nuevos competidores •Poder negociador de proveedores
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> •Profesionalidad •Alta calidad •Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> •Sector en crecimiento •Poder negociador de clientes bajo •Reducida dimensión de competidores •Integración de clientes y/o proveedores difícil (hacia delante o hacia atrás)

ASPECTOS GENERALES (I)

CAPACIDAD	25 Personas
HORARIO	De 8:00 horas a 20:30 horas de lunes a viernes
PERSONAL	Gerente Enfermera 3 Auxiliares Médico y Cocinera

ASPECTOS GENERALES (II)

LOCALIZACIÓN	C/San Millán
SUPERFICIE	195 m ² + 50 m ²
RÉGIMEN DE EXPLOTACIÓN	Alquiler
PUBLICIDAD	Prensa, Panfletos, Cartas

ASPECTOS GENERALES (III)

FORMA JURÍDICA	<ul style="list-style-type: none"> •Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal •Capital Social: 12.000 Euros •Razón: limitación de la responsabilidad
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

FINANZAS (I)

APORTACIÓN INICIAL	12.000 Euros
PRÉSTAMO BANCARIO (5 años)	138.100 Euros

•Inversión previa a la apertura:
-147.369,06 Euros

FINANZAS (II)

INVERSIÓN PREVIA	
Acondicionamiento	57.914,11 Euros
Instalaciones	31.352,44 Euros
Mobiliario	34.460,01 Euros
Otros (Furgoneta, I.Inm, Gas, Cons....)	23.642,5 Euros
TOTAL	147.369,06 Euros

FINANZAS (III)

PyG	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ESCENARIO PESIMISTA	17.424,92 Euros	23.103,31 Euros	24.392,67 Euros
ESCENARIO OPTIMISTA	19.907,92 Euros	23.103,31 Euros	24.392,67 Euros

•No hay déficit de tesorería ningún mes

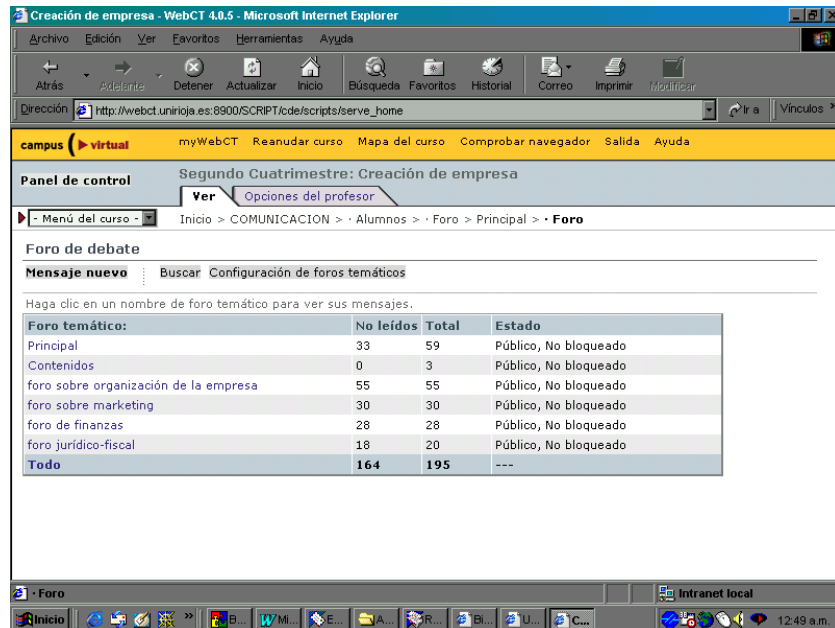
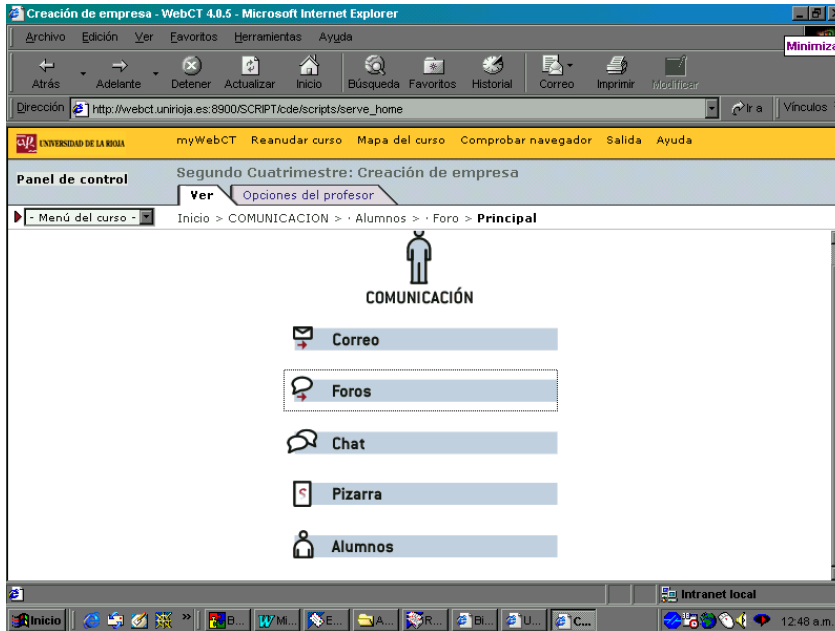
FINANZAS (IV)

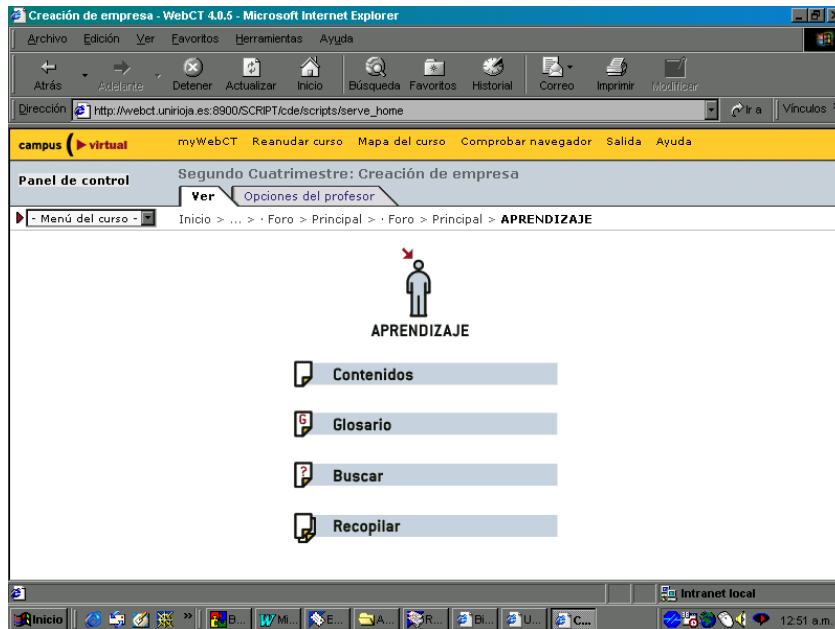
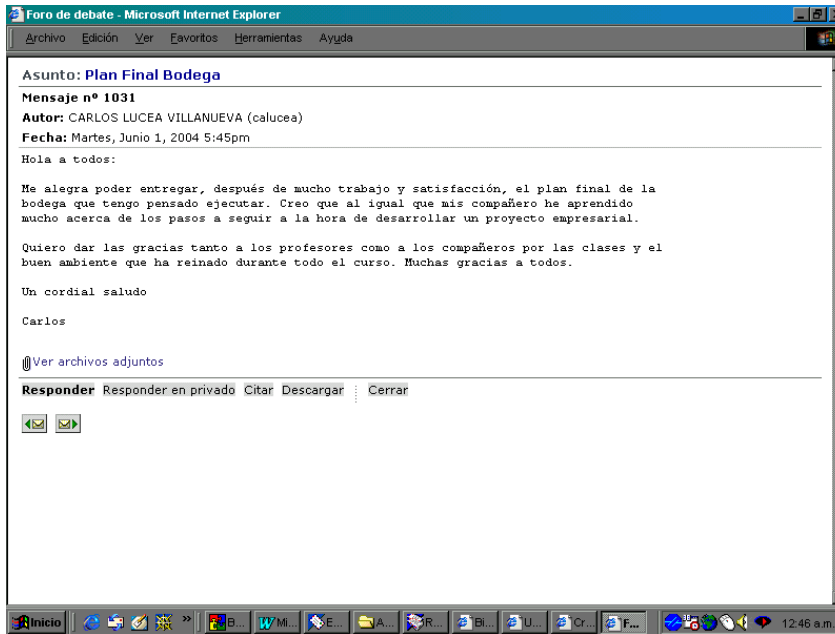
RENTABILIDAD TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ESCENARIO PESIMISTA	0,11	0,17	0,22
ESCENARIO OPTIMISTA	0,13	0,17	0,22

CONCLUSIONES

- SERVICIO DE ALTA CALIDAD
- FUERTE DEMANDA ACTUAL
- BUENAS PERSPECTIVAS FUTURAS
 - En términos de demanda
 - En términos financieros

ANEXO 2. AULA VIRTUAL

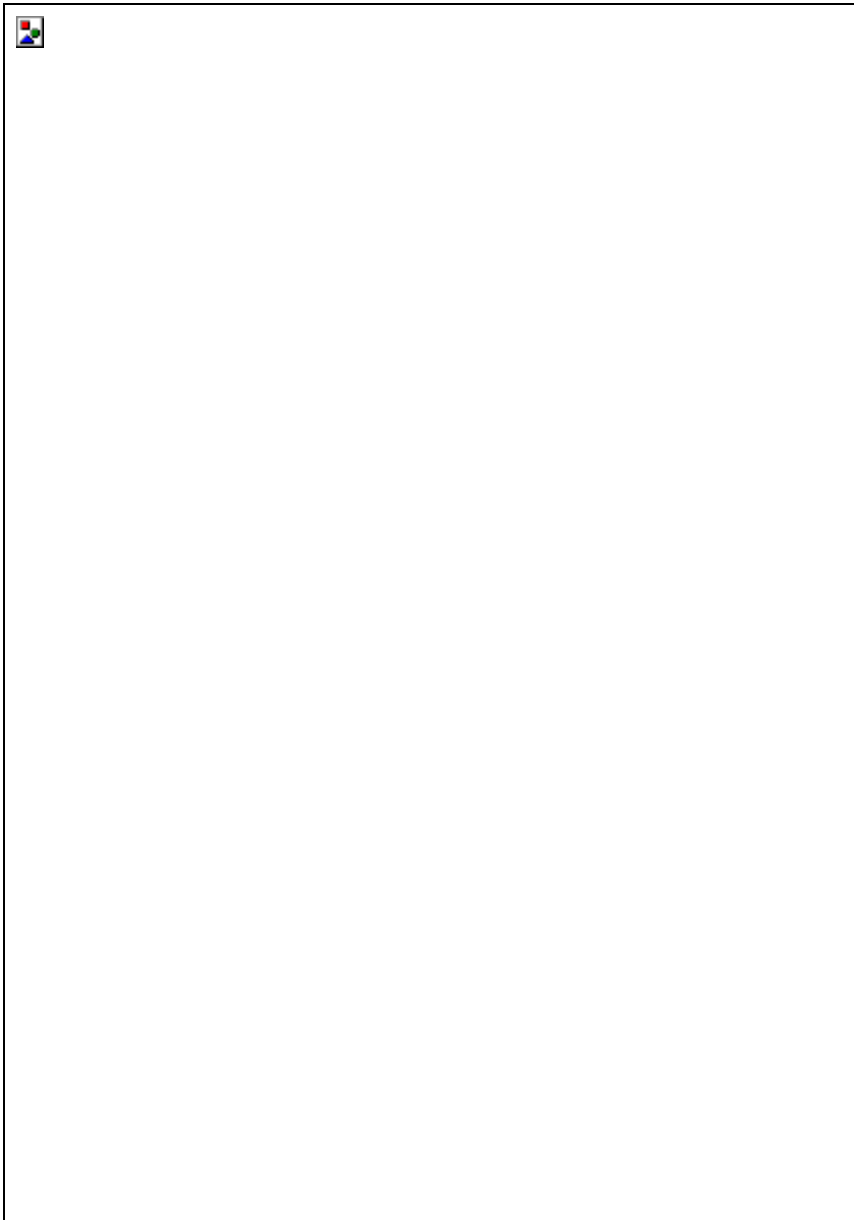




CITIES IN COMPETITION

The image shows two screenshots from a computer screen. The top screenshot is a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a web page for 'Creación de empresa'. The browser's address bar shows the URL 'http://webct.unirra.es:8900/SCRIPT/cde/scripts/serve_home'. The page content includes a navigation menu with 'Inicio', 'Principal', and 'APRENDIZAJE' (containing 'Contenidos'). Below the menu is a 'Tabla de contenidos' (Table of Contents) with sections for 'IDEA DE NEGOCIO', 'Presentaciones Organización', 'Marketing', 'Finanzas', 'Régimen Jurídico y Fiscalidad', and 'Presentación sobre trámites'. The bottom screenshot shows a window titled 'PROYECTO FIDES' with a blue background. It features the word 'equal' in large white letters, with the 'e' and 'q' stylized in red and yellow. Four grey boxes with green text are arranged around the word: '1- INVERSIÓN INICIAL' (top left), '2- PREVISION DE GASTOS' (top right), '3- PREVISION DE INGRESOS' (bottom left), and '4- RESULTADOS' (bottom right). Both screenshots show a Windows taskbar at the bottom with various application icons and a system clock.

ANEXO 3. IMPACTOS EN LA SOCIEDAD



CITIES IN COMPETITION

