



22. PREMIO

**MANUEL
LABORDE
WERLINDEN**

22. SARIA

**“TRABAJOS FIN DE GRADO – TRABAJOS FIN DE
MASTER - TESIS DOCTORALES”**

Guion memoria



Introducción

Todos los interesados en optar al Premio deberán presentar el siguiente guion cumplimentado y un Resumen Ejecutivo, con una extensión máxima de dos páginas, en el que expliquen los motivos que les llevan a optar a dicho Premio.

Los proyectos que no presenten el grado de maduración suficiente para dar respuesta a todas las preguntas planteadas en el mismo, no es necesario que complimenten todos los puntos, solamente aquellos sobre los que se disponga de información cierta.

0.- Resumen ejecutivo

Este Resumen deberá tener como máximo una extensión de dos páginas y deberá resaltar los motivos que llevan a la persona o equipo solicitante a presentarse al Premio. Las motivaciones que mueven a ello, tanto desde el punto de vista profesional como oportunidad del proyecto que presenta.

1.- Los/as promotores/ras

- 1.1.- Experiencia/conocimiento en/del mercado al que va dirigido el producto /servicio que se presenta:
- 1.2.- ¿Ha contado con algún medio para desarrollar el proyecto?, Si fuera el caso, 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 la oportunidad comercial de la iniciativa:
- 1.4.- Grado de dedicación al proyecto, en caso de que se demostrase su previabilidad.
 - ✓ 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 potencial iniciativa empresarial.



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 comparativo de ventajas e inconvenientes de nuestro 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? ¿Ha sido probado? ¿O muestras? ¿Se cuenta con homologaciones?
- 2.7.- ¿Qué requerimientos de soporte tecnológico necesita su producto ó proceso? ¿Están 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.- El mercado

3.1.- Breve descripción del mercado (o mercados si son varios los productos/servicios) en el que se podría introducir la iniciativa empresarial; tipos de productos/servicios, dimensión territorial y su volumen estimado.

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 son, a priori, los potenciales clientes de la iniciativa empresarial: empresas, consumidores, instituciones? ¿Conoce algún/os clientes de referencia?

3.4.- ¿Quiénes serían los proveedores de la nueva empresa? ¿Posee contactos o acuerdos con alguno?

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

3.6.- ¿Quiénes son la principal competencia para la nueva empresa?