

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>		
	<p><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p><b>MD850204</b></p>	

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

### MÓDULO: PROYECTO DE DIRECCIÓN EN COCINA

**CICLO FORMATIVO: CFGS DIRECCIÓN EN COCINA**

**Código: 0505**

**Duración: 30 horas**

PERIODO DE VIGENCIA (4 AÑOS): Desde el curso 2023/24 hasta el curso 2026/27

FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN: octubre 2023

**ABREVIATURAS:** CF: ciclo formativo, RA: resultados de aprendizaje, CE: criterios de evaluación

#### 1. REGULACIÓN DEL TÍTULO

Real Decreto 687/2010, de 20 de mayo, por el que se establece el título de Técnico Superior en Dirección de Cocina y se fijan sus enseñanzas mínimas.

ORDEN de 16 de junio de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Dirección de Cocina.

#### 2. DEFINICIÓN Y OBJETO

Según el art.3 de la Orden de 28 de septiembre de 2011 que regula FCT y Proyecto:

- El módulo de Proyecto se definirá de acuerdo con las características de la actividad laboral del ámbito del CF y con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial.

El módulo tendrá por objeto la integración de los diversos RA y contenidos del currículo del CF. Esta integración se concretará en Proyectos que contemplen las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con el título.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL		
			Revisión 0	

### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p><b>1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.</b></p>	<p>a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecer.</p> <p>b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.</p> <p>c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.</p> <p>d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.</p> <p>e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.</p> <p>f) Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.</p> <p>g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.</p> <p>h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.</p> <p>i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.</p>
<p><b>2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.</b></p>	<p>a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.</p> <p>b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.</p> <p>c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.</p> <p>d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir identificando su alcance.</p> <p>e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.</p> <p>f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.</p>

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	<p>21/05/2018</p>	
	<p><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p><b>MD850204</b></p>	
		<p>Revisión 0</p>	

	<p>g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.</p> <p>h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.</p> <p>i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.</p>
<p><b>3. Planifica la puesta en funcionamiento o ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.</b></p>	<p>a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de implementación.</p> <p>b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.</p> <p>c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.</p> <p>d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.</p> <p>e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.</p> <p>f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.</p> <p>g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.</p> <p>h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la implementación o ejecución</p>
<p><b>4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.</b></p>	<p>a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.</p> <p>b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.</p> <p>c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.</p> <p>d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.</p> <p>e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la</p>

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	<p><b>21/05/2018</b></p>		
	<p><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p><b>MD850204</b></p>		
		<p>Revisión 0</p>	<p>Pág. 4/36</p>	

	<p>evaluación de las actividades y del proyecto.</p> <p>f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y se han elaborado los documentos específicos.</p> <p>g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.</p>
--	--

#### 4. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

##### 4.1. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de de la restauración.

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	<p>21/05/2018</p>		
	<p><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p><b>MD850204</b></p>		
		<p>Revisión 0</p>	<p>Pág. 5/36</p>	

objetivos del módulo están relacionadas con:

- Conocimiento de los fundamentos de un proyecto.

#### 4.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con / versarán sobre:

- La ejecución de trabajos en equipo.
- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

#### 5. ORGANIZACIÓN

Según el art.7 de la Orden que regula el título:

- El módulo de Proyecto, junto con el de FCT, se cursará una vez superados el resto de módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del CFGS.
- El módulo de Proyecto tiene carácter integrador y complementario respecto del resto de módulos profesionales del CFGS. Por este motivo, es necesaria la implicación y participación de todo el equipo educativo en tareas de organización, desarrollo, seguimiento y evaluación del módulo de manera coordinada.
- Con objeto de facilitar el proceso de organización y coordinación del módulo de Proyecto, el profesorado con atribución docente en éste módulo profesional tendrá en cuenta las siguientes directrices:
  - a) Se establecerá un **periodo de inicio** con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.
  - b) Se establecerá un **periodo de tutorización** con al menos tres horas lectivas semanales y presenciales en el centro docente para profesorado, dedicándose al seguimiento de los

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL		
			Revisión 0	

diversos proyectos durante su desarrollo. El profesorado podrá utilizar como recurso aquellas tecnologías de la información y la comunicación disponibles en el centro docente y que considere adecuadas.

c) Se establecerá un **periodo de finalización** con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

## 6. CALENDARIO

El módulo de Proyecto se desarrollará simultáneamente al módulo de FCT, y se evaluará una vez cursado el módulo mencionado.

### DESARROLLO DEL PROYECTO EN PERIODO REGULAR

En el mes de marzo el alumnado presentará una propuesta que contenga la descripción del proyecto que pretende realizar (**idea de negocio**). El equipo docente, presidido por el tutor del grupo valorará la propuesta y decidirá su aceptación. La decisión se hará constar en acta y se comunicará al alumnado por el tutor.

En las seis horas lectivas, presenciales y obligatorias iniciales de explicación del Proyecto, se explicará, entre otras cosas, qué **pautas** tiene que seguir el alumnado para defender un Proyecto. Estas se impartirán entre el 4 y 15 de marzo.

Se presentará la posibilidad al alumno de realizar dos tipos de proyecto diferentes, a elegir una de estas opciones:

- Opción 1. Creación de una empresa.
- Opción 2. Proyecto sobre la empresa en la que realiza la FCT.

-

El proyecto se puede realizar en parejas.

Para el **seguimiento del Proyecto** se tendrá en cuenta que:

- Se establece un número mínimo de 3 días en los que cada alumno deberá asistir al Centro docente.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	<p>21/05/2018</p>	
	<p><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p><b>MD850204</b></p>	
		<p>Revisión 0</p>	

- Se intentará que sea en las 3 primeras horas de la mañana (antes del recreo) para que el alumnado pueda seguir el resto de la jornada en FCT.

#### **Calendario de entrega y presentación del Proyecto:**

- PRIMERA SEMANA DE MAYO. El alumnado enviará al tutor por correo electrónico el primer borrador del Proyecto. El tutor lo reenviará a todo su equipo docente. Es obligatoria la presentación del borrador del Proyecto.
- TERCERA SEMANA DE MAYO. Fecha de entrega de recomendaciones del profesorado y puntos a subsanar.
- PRIMERA SEMANA DE JUNIO. Fecha de entrega del Proyecto definitivo en formato papel al tutor. También enviará una copia al tutor por email.
- SEGUNDO SEMANA DE JUNIO. Defensa de Proyecto por el alumnado. Estará presente todo el equipo docentes salvo profesorado de Idiomas y EIE

#### **La defensa del Proyecto consistirá en dos partes:**

- Una primera donde el alumnado presentará su proyecto con cualquier herramienta de presentación multimedia: PowerPoint, Prezi, SlideRocket, Tiki-Toki, etc. (Tiempo máximo de presentación: 15 minutos).
- Una segunda de preguntas o aclaraciones por parte del equipo docente (duración máxima: 5 minutos).

#### **DESARROLLO DEL PROYECTO EN PERIODOS DIFERENTES AL REGULAR (ejemplificamos para el primer trimestre, que es la situación que se da más, pero puede tener lugar en otros periodos)**

Se establecerá un **periodo de inicio con al menos seis horas lectivas** y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.

Además se garantizará al alumnado una **tutoría de seguimiento de al menos tres horas semanales** durante el tiempo en que se cursa el módulo.

#### **Calendario de entrega y presentación del Proyecto:**

- FINALES DE NOVIEMBRE. El alumnado enviará al tutor por correo electrónico el primer borrador del Proyecto. El tutor lo reenviará a todo su equipo docente. Es obligatoria la presentación del borrador del Proyecto.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018			
		PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL			MD850204
		Revisión 0	Pág. 8/36		

- PRIMERA SEMANA DE DICIEMBRE. Fecha de entrega de recomendaciones del profesorado y puntos a subsanar.
- SEGUNDA SEMANA DE DICIEMBRE. Fecha de entrega del Proyecto definitivo en formato papel al tutor. También enviará una copia al tutor por email.
- TERCERA SEMANA DE DICIEMBRE. Defensa de Proyecto por el alumnado. Estará presente todo el equipo docente excepto idiomas.

**La defensa del proyecto consistirá en dos partes:**

- Una primera donde el alumnado presentará su Proyecto con cualquier herramienta de presentación multimedia: PowerPoint, Prezi, SlideRocket, Tiki-Toki, etc. (Tiempo máximo de presentación: 15 minutos).
- Una segunda de preguntas o aclaraciones por parte del profesor (duración máxima: 5 minutos).

## 7. EVALUACIÓN

La evaluación se realiza teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos en la normativa.

El alumnado realizará una presentación del Proyecto que consistirá en la exposición del trabajo realizado, teniendo en cuenta la metodología, el contenido y las conclusiones. Terminada la exposición el profesorado del equipo docente al que pertenece el alumno/a planteará cuantas cuestiones estime oportunas relacionadas con el trabajo realizado, tras lo cual emitirá una valoración del mismo que facilite al profesorado responsable del seguimiento la emisión de la calificación del módulo.

Se usará una **plantilla de evaluación** consensuada por el equipo docente y cumplimentada por el Tutor. Se incluye como anexo al final de esta programación un modelo de referencia para este CF, que podrá ser modificado por el equipo docente cada curso escolar. En los apartados de la plantilla en los que califican varios profesores, cada uno aportará su calificación y se hace media aritmética.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

Las distintas calificaciones se recogen en el Cuaderno del Profesor.

La evaluación será en la sesión final ordinaria (para el periodo regular) y en la final excepcional 1ª o 2ª (para el periodo diferente al regular). Así se establece en la normativa y el Proyecto Funcional del Centro.

## 8. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Para los alumnos que tengan dificultades con el Proyecto se realizarán actividades de refuerzo tales como: más sesiones de resolución de dudas, acompañamiento con compañeros aventajados, etc.

En el caso de que haya alumnado con discapacidad reconocida, si fuera necesario, se podrá realizar una adaptación de acceso al currículum para el módulo de Proyecto, que partirá del documento escrito de adaptación individualizada consensuado por el Equipo Docente a principios de curso (por ejemplo, uso de intérprete o no penalizar los problemas de expresión oral en

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

## 9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Toda la bibliografía y webs usadas en el CF
- Cañón y ordenador
- Plataforma digital
- Correo electrónico

La guía y los recursos específicos para el Proyecto se pondrán a disposición del alumnado inicial del proyecto (horas presenciales).

## **10. PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN**

Esta programación, que forma parte del Proyecto Funcional, tendrá una vigencia de 4 años desde su elaboración. No obstante lo anterior, anualmente y antes del 31 de octubre, las programaciones podrán ser revisadas y modificadas si procede.

En la Memoria Final del módulo (modelo Séneca), realizada por el Tutor, se recogerán propuestas de mejora para el curso siguiente.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

## 11. ANEXO PARA LA EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL PROYECTO

### EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL PROYECTO EN AMBAS OPCIONES A Y B (DIRECCIÓN EN COCINA)

ASPECTOS EVALUADOS	PROFESOR QUE EVALUA	CALIFICACIÓN MÁXIMA
<u>Presentación oral:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de síntesis</li> <li>• Claridad en la exposición</li> <li>• Vocabulario técnico</li> <li>• Comunicación no verbal</li> </ul>	TODOS LOS ASISTENTES	2
<u>Parte económico financiera/ marketing</u>	Profesor de GADRES Profesor de RRHH	1.5
<u>Oferta gastronómica</u>	Profesor de Gastronomía y Nutrición	0,75
<u>RRHH</u>	Profesor de RRHH	0,75
<u>Plan técnico productivo</u>  Instalaciones Fases del proceso productivo Recepción, control y almacenamiento de materias primas. Proceso de elaboración Servicio APPCC	Profesor Técnico de Cocina	3
<u>Presentación global y capacidad de respuesta a dudas. Contactos previos con el profesorado. Asistencia a la sesión inicial. Redacción del proyecto</u>	TODOS LOS ASISTENTES	2
<u>TOTAL</u>		10

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

## 12. Anexo de los modelos de Proyecto Integrado.

### OPCIÓN A

## GUÍA PARA EL PROYECTO DE EMPRESA

### PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

#### 1.1. Idea de negocio

**Formula tu idea emprendedora.** Para ello, se deberá describir el producto de la empresa, explicando la innovación o mejora que aporta, los motivos por los que se cree que tendrá aceptación y el nicho de mercado que cubre.

#### 1.2. Objetivos de la empresa

En este apartado se deberá explicar cuál es el objeto social de la empresa y sus objetivos a corto y largo plazo, haciendo referencia al sector productivo al que pertenece.

#### 1.3. Nombre comercial, marca y logotipo

Descripción del nombre comercial, marca y logotipo de la empresa.

Para su selección, los alumnos utilizarán las técnicas creativas descritas en la unidad 3 y otras dinámicas de grupo que conozcan o se expliquen en clase, de este modo, todos los miembros del Proyecto, participarán en una elección significativa para su negocio.

#### 1.4. Presentación de los promotores

Uno de los primeros puntos del Plan de Empresa es la presentación, a modo de *Currículum Vitae*, de los promotores, su formación, experiencia y valía empresarial. Es importante cuidar este apartado porque os interesa demostrar que los socios estáis capacitados para realizar este proyecto, especialmente debéis transmitir esta idea a los bancos y a vuestros posibles inversores.

Desarrolla los siguientes puntos, para cada uno de los socios:

- Nombre y apellidos.
- Formación.
- Experiencia profesional, incluidas prácticas, becas, éxitos profesionales.
- Rasgos de la personalidad que muestren habilidades emprendedoras (repassad la primera unidad de este libro). En general, vosotros sois muy jóvenes y prácticamente carecéis de experiencia laboral, por lo que debéis destacar todo aquello que muestre vuestras habilidades emprendedoras: Creatividad, organización, liderazgo, capacidad de trabajo, resistencia a la frustración, madurez, participación en asociaciones estudiantiles, culturales o juveniles; si habéis sido delegados o subdelegados de curso; publicaciones, premios, viajes culturales, etc.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

## PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL

- Grado y tipo de implicación/responsabilidad en el desarrollo del proyecto: Si la dedicación será exclusiva o se compaginará con un trabajo por cuenta ajena; si la aportación será solo de dinero o se contribuirá con dinero y trabajo. Ten en cuenta, que el grado de implicación, lleva aparejado también un grado de responsabilidad.
- Funciones y tareas que desarrollará en el proyecto, tanto directivas, como de producción.
- Objetivo profesional.

### 1.5. Localización

- Dónde se ubicará concretamente la empresa, adjuntando un plano real de la zona.
- Por qué se ha escogido ese sitio. Ventajas e inconvenientes del lugar elegido: cercanía a los proveedores, a las materias primas, a los clientes, precio alto o bajo del local, etc.
- Local: precio aproximado de alquiler o de compra.

### 1.6. El macroentorno

Realiza un análisis de los elementos del macro-entorno que podrían afectar a tu empresa: legal, económico, tecnológico, de infraestructuras, social/ideológico, etc.

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. El mercado

Indica:

- Segmentación del mercado y descripción. Se establecerán las diferentes variables de segmentación del mercado y se describirán los segmentos en los que se especializará la empresa.
- Evolución y tendencia del mercado: evolución del consumo de nuestro producto. Las perspectivas generales del sector en el que se enmarca (es un sector ya maduro o con perspectivas de crecimiento).
- ¿Se consume igual todo el año o es estacional?

### 2.2. Consumidores potenciales

Descripción de los compradores potenciales, incluyendo un análisis de aquellos aspectos, entre los siguientes, que sean relevantes para el negocio:

- ¿Quiénes consumen bienes o servicios como el nuestro? ¿Toda la clientela es igual o puede agruparse según sus características? Si es así, ¿cómo es cada uno de esos grupos?, ¿por qué y para qué compra cada grupo el bien o servicio?, vuestra empresa, ¿atenderá a todos los grupos o se centrará en uno concreto (público objetivo)? Pueden servirte de guía, algunas de las siguientes variables de segmentación mencionadas en el punto 3.1 de la unidad de trabajo 3.
- ¿Cuáles son las necesidades, demanda y expectativas del cliente?

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

- ¿Quiénes lo compran?, ¿quién decide la compra? (puede darse el caso de que lo consuman los menores de edad, pero lo compran los padres). Frecuencia de la compra.
- ¿Cuánto crees que el cliente está dispuesto a pagar por el producto?
- Punto de venta: ¿qué valoran los clientes respecto al lugar de compra?, ¿en qué puede influir que nuestro producto se venda en un establecimiento u otro?, ¿cambian con frecuencia de establecimiento?
- ¿Influyen las marcas a la hora de comprar este producto?

### 2.3. El producto

- Descripción del bien o servicio de la empresa, incluyendo sus características, las necesidades que cubre, mejoras que aportan con respecto a lo que ya hay en el mercado.
- Descripción de los atributos esenciales y complementarios de nuestro producto.
- ¿Qué es lo que más valoran los clientes potenciales, de nuestro producto?

### 2.4. Productos sustitutivos

- ¿Qué otros bienes o servicios atienden a la misma necesidad que nuestro futuro bien o servicio?
- ¿Qué ventajas e inconvenientes tienen en comparación con nuestro producto?

### 2.5. Productos complementarios

Descripción de los productos complementarios, analizando cómo pueden influir sobre la demanda de nuestro producto (¿un cambio en el precio del producto complementario, podría influir en la compra de nuestro bien o servicio?).

### 2.6. La competencia

Enumera las principales empresas competidoras, indicando su tamaño, cuota de mercado, estrategias comerciales y toda aquella información de interés, que se pueda obtener; pueden servirte de guía las siguientes cuestiones:

- ¿Quiénes son mis principales competidores?, ¿son grandes o pequeñas empresas?, ¿cuál es su cuota de mercado?, ¿cuánto tiempo llevan en el mercado?
- ¿Qué características particulares destacan en los productos de la competencia: Su calidad, su utilidad, su elegancia, su imagen de marca...?, ¿qué aportan a sus clientes?
- ¿Quiénes son sus principales clientes?, ¿qué razones principales inducen a los clientes a comprar los productos de la competencia?, ¿qué imagen tienen de la competencia los usuarios?
- ¿Qué políticas de precios sigue la competencia? ¿Qué condiciones conceden: rebajas, descuentos «2x1», bonificaciones, promociones, garantías...?
- ¿Utilizan algún sistema de producción diferente, innovador o con patente propia?
- ¿Qué almacenes de distribución, oficinas de venta, puntos de asistencia al cliente tiene la competencia?
- ¿Qué puntos débiles muestra la competencia en relación a la calidad de los productos, plazos de entrega, asistencia, etc.?

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

¿Sabes o puedes averiguar los planes futuros de la competencia: expansión, internacionalización, venta por internet, etc.?, ¿qué crees que harán cuando aparezca vuestra empresa?

¿Tienen un área de influencia determinada, se centran en una zona o en un grupo de clientes concreto?

## 2.7. Los proveedores

- ¿Quiénes pueden ser mis proveedores? Busca en internet, empresas que vendan los productos que necesita tu empresa para funcionar, ¿venden también a vuestros competidores?
- La calidad de nuestras compras, ¿influirá en el producto o servicio final?, ¿mucho o poco?
- ¿Qué condiciones de pago suelen pedir?, ¿tiene importancia en este negocio realizar un volumen de pedidos considerable para obtener descuentos a cambio?

## 2.8. Conclusiones: matriz DAFO

Presenta los objetivos comerciales, la cuota de mercado a alcanzar y la cifra de ventas prevista a corto (1 año) y medio (3 años) plazo.

Finalmente, elabora una **matriz DAFO** a partir de las conclusiones extraídas en este punto:

MATRIZ DAFO		
Análisis interno	<b>F=Fortalezas</b> Son los puntos fuertes de la empresa, gracias a los cuales tiene más fuerza que la competencia.	<b>D= Debilidades</b> Son los elementos internos que pueden hacer que no se consigan los objetivos.
	<b>O=Oportunidades</b> Son elementos positivos para la empresa que provienen del exterior, del entorno.	<b>A=Amenazas</b> Son dificultades provenientes del exterior, que pueden reducir las posibilidades de éxito o expulsar a la empresa del mercado.
Análisis externo		

Completa el desarrollo práctico de la matriz, analizando de forma aislada cada cuadrante, de modo que puedas decidir sobre las estrategias más adecuadas para tu empresa. Explícalas detenidamente.

		ANÁLISIS DEL ENTORNO	
		Amenazas	Oportunidades
DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	Fortalezas	Estrategias defensivas	Estrategias ofensivas
	Debilidades	Estrategias de supervivencia	Estrategias de reorientación

### 3. PLAN DE MARKETING

#### 3.1. El producto

Describe la gama de productos que ofrece tu empresa indicando:

- Características principales: aspectos técnicos, diseño, envase, calidad, nombre de marca.
- Servicios relacionados con el producto; postventa, garantía, instalación, entrega a domicilio, financiación.
- Diferenciación de los productos competidores, potencialidad de mejora.
- Estimación de su coste (puedes utilizar información de tus competidores).

Puedes presentar este punto en forma de tabla, de este modo se podrá ver toda la información de un solo golpe de vista. Elabora una tabla distinta para cada tipo de producto que fabrique la empresa:

Producto: .....	
Características	
Servicios adicionales	
Diferenciación con respecto a la competencia	
Coste estimado	

Producto: .....	
Características	
Servicios adicionales	
Diferenciación con respecto a la competencia	
Coste estimado	

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>		
			Revisión 0	

### 3.2. Estrategia de precios

Detalla el precio de toda la gama de tus productos y explica cómo lo has fijado; indica las estrategias de precios que vas a seguir (descremación, penetración, descuentos, etc.).

Compara tu precio con los de la competencia. Si tu precio es superior al de tus competidores explica las razones (mayor calidad en el producto, mejor servicio postventa, etc.).

### 3.3. La distribución

Analiza la estrategia de distribución de tu empresa, especificando:

- Los canales de distribución a utilizar y la política de incentivos a intermediarios.
- Describe la composición del equipo de ventas.
- Los servicios post-venta y la garantía de la empresa.

### 3.4. Estrategias de promoción

Elabora un plan de promoción y publicidad, que te ayude a aumentar las ventas del producto y a proyectar una adecuada imagen corporativa de la empresa. Debes partir de un adecuado análisis del comportamiento de compra del cliente:

- ¿Quién consume el producto? ¿Quién lo compra y quién lo paga?
- ¿Cuándo se compra y con qué frecuencia? ¿Qué factores determinan la compra?
- ¿Dónde se compra y cuánto se compra?

Guía de un Plan de Promoción y publicidad:

● **Fase de investigación:**

- ¿Cuál es mi público objetivo?
- ¿Cuál es la imagen corporativa que quiero transmitir de mi empresa?
- ¿Cuáles son mis limitaciones presupuestarias?
- ¿Qué actividades promocionales puedo realizar?
  1. Publicidad: ¿qué soportes publicitarios (radio, televisión, prensa, revistas, mailing, publicidad exterior) tengo a mi disposición? Para un correcto estudio tendrás que tener en cuenta la amplitud de la población a la que queréis llegar y vuestro presupuesto.
  2. Merchandising: ¿puedo realizar algún tipo de acción en el punto de venta?
  3. Fidelización: ¿puedo crear algún sistema de incentivos para clientes habituales?

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

4. Promoción de ventas: ¿qué puedo hacer especialmente en el momento inicial para aumentar mis ventas?
5. Relaciones públicas: ¿qué tipo de acciones que supongan un beneficio social o medioambiental podría realizar mi empresa?, ¿qué medios voy a utilizar para transmitir mi imagen corporativa?

### ● Elaboración del Plan de Promoción

En esta fase deberás elegir unas actividades promocionales concretas y especificar:

- Los recursos necesarios para su realización y si se llevarán a cabo por la empresa o por un tercero.
- Costes de cada una de las actividades promocionales a realizar.
- Calendario de implantación y puesta en marcha de cada una de las actividades (ver los modelos de plan de acción que se muestran en el punto 12.2 de este modelo de Proyecto de Empresa).

### ● Fase de evaluación y control

En esta fase deberás establecer los criterios de evaluación de las actividades de publicidad. Pueden ser:

- El aumento de la cuota de mercado.
- El aumento de las ventas totales.
- La entrada en nuevos mercados.

Esta evaluación servirá para cuantificar la efectividad y rentabilidad de las acciones publicitarias.

No olvides que existen en el mercado agencias de publicidad especializadas en asesorar a las pequeñas y medianas empresas en la elaboración e implantación de su Plan de Promoción.

## 4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1. La estructura organizativa de la empresa

#### Análisis funcional:

- Describid las actividades, procesos y tareas de la empresa.
- Determinad **los niveles de autoridad y responsabilidad**: cómo se vinculan jerárquicamente los departamentos y las personas que los componen.
- Describid el **sistema de toma de decisiones**: asambleario, por mayoría, por unanimidad, etc.

Para concluir, elaborad el organigrama de la empresa, especificando los departamentos que la componen, quién estará al frente de cada uno, el número de trabajadores que los integran (incluidos los socios, si van a trabajar en ella) y si se prevé subcontratar algún servicio.

**PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL**

#### 4.2. Plan de Recursos Humanos de la empresa

Descripción de cada uno de los **puestos de trabajo**, detallando:

- Las funciones, tareas y responsabilidades que tendrán asignadas.
- La formación y experiencia que requiere cada puesto de trabajo (perfil profesional).
- Quién estará al frente de cada puesto.

#### Estatus de los socios trabajadores:

- Cuando sea posible, cada socio elegirá su inclusión en el Régimen General o en el Especial de Autónomos.
- Elección del modelo contractual que se formalizará con los socios trabajadores, incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social.

**Contratación y coste del personal.** Se tomarán las siguientes decisiones:

- ¿Es necesario contratar personal? Análisis de su coste. Decisión sobre el número de personas a contratar y su perfil profesional.
- Descripción del proceso de selección que se llevará a cabo.
- Contrato laboral que se formalizará con ellos.

A modo de resumen y como exposición gráfica de este apartado, se completará un cuadro, como el siguiente, para cada puesto de trabajo:

PUESTO DE TRABAJO 1: Denominación del puesto de trabajo			
	Coste	mensual	anual
Nombre del socio trabajador o del trabajador contratado:	Salario		
Categoría profesional:	Seguridad Social		
Modalidad contractual:	Coste total (salario + S.S.)		
Funciones			
Formación y perfil profesional			

### PLAN DE PRODUCCIÓN

#### 5.1. Descripción del ciclo productivo de la empresa

Descripción del ciclo productivo de la empresa, indicando:

1. Los pasos necesarios para producir el producto u ofrecer el servicio
2. Secuenciación temporal de los pasos anteriores, indicando cuánto tiempo llevará cada uno y todo el proceso, en su conjunto.

**Para profundizar:** ➔ Señala la capacidad productiva mínima y máxima que tendrá la empresa a lo largo de un ejercicio económico, justificando que dicha capacidad productiva se ajusta a la demanda estimada en el estudio de mercado.

## 5.2. Elección de proveedores

Incluye un estudio de los proveedores seleccionados:

SELECCIÓN DE PROVEEDORES				
Nombre	Elemento que suministra	Puntos fuertes	Puntos débiles	Localización
Proveedor principal:				
Proveedor alternativo:				
Proveedor principal:				
Proveedor alternativo:				
Proveedor principal:				
Proveedor alternativo:				

## ANÁLISIS DE COSTES

### 6.1. Costes fijos y costes variables

Describid los costes fijos anuales y los costes variables unitarios:

ESTIMACIÓN DE COSTES			
Costes Fijos (total anual)	Euros	Costes Variables (unitarios)	Euros
Personal		Suministros	
Terrenos y edificaciones		Materias primas	
Maquinaria		Envases y embalajes	
Equipos informáticos		Publicidad	
Suministros		Combustibles	
Publicidad			
Vehículos			
Seguros			

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
	<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>	MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

.....			
-------	--	--	--

## 6.2. El umbral de rentabilidad

Teniendo en cuenta la capacidad mínima y máxima estimada, así como los costes fijos y variables estimados, se fijará el precio de venta teniendo en cuenta los diferentes criterios estudiados (basado en los costes, en la percepción del comprador o en la competencia).

Una vez fijado el precio de venta, se realizará un análisis, con su correspondiente gráfico, del umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa, para determinar el volumen de producción a partir del cual se empezará a obtener ganancias.

## PLAN DE INVERSIONES

### 7.1. Descripción de las inversiones

En el Plan de Inversiones se incluyen todos los recursos necesarios para la producción. Podéis utilizar como guía la tabla de la unidad 9 (apartado Proyecto de Empresa).

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

**PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL**

PLAN DE INVERSIONES	CUANTÍA		
	Año de inicio	Año 1	Año 2
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
<b>INMOVILIZADO INTANGIBLE</b>			
- Patentes, licencias, marcas y similares			
- Aplicaciones informáticas			
- Otro inmovilizado intangible			
<b>INMOVILIZADO MATERIAL</b>			
Terrenos			
Construcciones (edificios y locales)			
Maquinaria.			
Útiles y herramientas			
Mobiliario y equipamiento			
Equipos informáticos y otros (ordenador, fax, fotocopiadora, etc.)			
Elementos de transporte			
Otros			
<b>INVERSIONES INMOBILIARIAS</b>			
• Terrenos			
• Construcciones (edificios, pisos, locales)			
<b>INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO</b>			
<b>TOTAL INVERSIONES</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>Año de inicio</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>
<b>Existencias</b>			
• Materias primas y otros aprovisionamientos			
• Productos en curso			
• Productos terminados			
• Anticipos a proveedores			
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>			
• Derechos de cobro a clientes, por ventas del producto habitual de la empresa			
• Derechos de cobro a deudores por otros conceptos			
<b>Inversiones financieras a corto plazo Efectivo</b>			
• Dinero en bancos o caja			

7.2.

### Criterios de amortización

Explicad el criterio de amortización elegido para cada uno de los inmovilizados, incluyendo los cuadros de amortización de los elementos que consideréis más importantes.

## PLAN DE FINANCIACIÓN

### Fuentes de financiación

Indica las fuentes de financiación de tu empresa, incluyendo un estudio pormenorizado de:

#### - EL CAPITAL SOCIAL

- Especifica el capital social de la empresa (teniendo en cuenta que, en ocasiones, depende de la forma jurídica elegida) e indica cuánto aportará cada socio.
- Divide el capital social en acciones o participaciones, (según corresponda) y distribuye las que se adjudiquen a cada socio, en función del capital aportado.

- **AYUDAS Y SUBVENCIONES:** realiza un análisis de las posibles ayudas y subvenciones que puede recibir tu empresa, indicando cuáles consideras más convenientes y factibles. A modo de resumen, puedes incluir una tabla como esta:

	ENTIDAD CONVOCANTE	
	Banco .....	Caja .....
Actividad subvencionada		
Beneficiarios		
Cuantía		
Tipo de interés (si lo hay)		
Plazo de solicitud		
Requisitos		

- **PRÉSTAMOS Y CRÉDITOS:** incluye un estudio básico sobre las condiciones financieras que se ofrecen, en la actualidad, a las empresas de nueva creación. Puedes conseguir esta información, a través de la página web de cualquier caja o entidad bancaria, en la sección destinada a empresas o acudiendo a una oficina física. Organiza la información en la siguiente tabla, indicando en la primera fila, la fuente financiera más interesante y en la última, la menos atractiva:

Entidad financiera	Plazo de amortización (tiempo de vida del préstamo)	Tipo de interés

- **OTRAS FUENTES:** explica el resto de las fuentes de financiación a las que recurrirá la empresa: contratos y servicios financieros (*leasing, renting, factoring, confirming*), crédito de los proveedores, descuento de efectos, etc.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018	
	<p align="center"><b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b></p>	<p align="center"><b>MD850204</b></p>	

## ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

### 9.1. El Balance de Previsión

Elabora el Balance de Previsión de tu empresa, conforme al modelo trabajado en clase.

ACTIVO NO CORRIENTE	Ejercicio 1	NETO PATRIMONIAL	Ejercicio 1
<b>I. Inmovilizado intangible</b> 1. Patentes, licencias, marcas y similares 2. Aplicaciones y programas informáticos 3. Otro inmovilizado intangible <b>II. Inmovilizado material</b> 4. Terrenos y construcciones (locales) 5. Maquinaria 6. Herramientas 7. Mobiliario 8. Vehículos 9. Ordenadores 10. Otro inmovilizado material <b>III. Inversiones inmobiliarias</b> 11. Terrenos y construcciones <b>IV. Inversiones financieras a largo plazo</b>		<b>Fondos propios</b> 12. Capital social (capital aportado por los socios) 13. Resultado del ejercicio: beneficios o pérdidas 14. Reservas 15. Dividendo a cuenta 16. Subvenciones o donaciones	
ACTIVO CORRIENTE	Ejercicio 1	PASIVO NO CORRIENTE	Ejercicio 1
<b>I. Existencias</b> 17. Materias primas y otros aprovisionamientos 18. Productos en curso 19. Productos terminados 20. Anticipos a proveedores <b>II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b> 21. Derechos de cobro a clientes, por ventas del producto habitual de la empresa 22. Derechos de cobro a deudores por otros conceptos <b>III Inversiones financieras a corto plazo</b> <b>VII. Efectivo y otros activos líquidos</b> 23. Dinero en bancos o caja (cuentas a la vista o a cp)		<b>Deudas a largo plazo</b> 24. Deudas a largo plazo, con entidades de crédito 25. Provisiones a largo plazo <b>Pasivos por impuesto diferido</b>	
		PASIVO CORRIENTE	Ejercicio 1
		<b>Deudas a corto plazo</b> 26. Deudas a corto plazo, con entidades de crédito 27. Deudas a corto plazo, con proveedores 28. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 29. Provisiones a corto plazo	

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018	
		MD850204	
<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>		Revisión 0	Pág. 8/36

**TOTAL NETO Y PASIVO (€)**

**TOTAL NETO Y PASIVO (€)**

<b>MODELO ABREVIADO DE BALANCE DE PYMES AL CIERRE DEL EJERCICIO</b>	
<b>ACTIVO</b>	<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>
<p><b>A) Activo no corriente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inmovilizado intangible</li> <li>- Inmovilizado material</li> <li>- Inversiones inmobiliarias</li> <li>- Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</li> <li>- Inversiones financieras a largo plazo</li> <li>- Activos por impuestos diferidos</li> </ul>	<p><b>A) Patrimonio neto</b></p> <p>A-1) Fondos propios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capital</li> <li>- Prima de emisión</li> <li>- Reservas</li> <li>- (Acciones y participaciones en patrimonio propio)</li> <li>- Resultados de ejercicios anteriores</li> <li>- Otras aportaciones de socios</li> <li>- Resultado del ejercicio</li> <li>- (Dividendo a cuenta)</li> </ul> <p>A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos</p>
<p><b>B) Activo corriente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencias</li> <li>- Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</li> <li>- Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</li> <li>- Inversiones financieras a corto plazo</li> <li>- Periodificaciones a corto plazo</li> <li>- Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</li> </ul>	<p><b>B) Pasivo no corriente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Provisiones a largo plazo</li> <li>- Deudas a largo plazo <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo.</li> </ul> </li> <li>- Pasivos por impuestos diferidos</li> <li>- Periodificaciones a largo plazo</li> </ul> <p><b>C) Pasivo corriente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Provisiones a corto plazo</li> <li>- Deudas a corto plazo <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</li> </ul> </li> <li>- Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</li> <li>- Periodificaciones a corto plazo</li> </ul>
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>

En ambos casos, tened en cuenta que no tienen por qué cumplimentarse todos los apartados.

Elabora un estudio del **Fondo de maniobra** de tu empresa y demuestra que su situación financiera será equilibrada.

## 9.2. Cuenta de Resultados de Previsión

Incluye la Cuenta de Resultados de Previsión para el primer ejercicio económico de tu empresa, siguiendo el modelo del PGC para pymes.

**Para profundizar:**



Puedes hacer una Previsión de Cuenta de Resultados para los tres primeros ejercicios económicos de tu empresa.

CUESTA DE RESULTADOS PREVISIONAL	
<b>Resultado de explotación o beneficios antes de intereses e impuestos (BAII)</b>	
Ingresos de la explotación (ventas, ingresos por servicios diversos...) - Costes variables de explotación (gastos de fabricación, amortizaciones)	El resultado de la explotación permite conocer cuál es la marcha de la actividad de la empresa, antes del pago de intereses de las deudas e incluida la contabilización de los beneficios y pérdidas extraordinarias.
<hr/> <b>Margen bruto</b> - Costes fijos (alquiler del local, salarios del personal....)	
<hr/> <b>Resultado de explotación</b>	
<b>Resultado financiero</b>	
Ingresos financieros (descuentos sobre compras, intereses cobrados...) - Gastos financieros (intereses de deudas...)	El resultado financiero permite determinar la influencia de las actividades financieras de la empresa sobre sus resultados.
<b>Resultado financiero</b>	
<b>Resultado antes de impuestos o beneficio antes de impuestos (BAI)</b>	
Resultado de explotación + Resultado financiero	El resultado antes de impuestos está constituido por la suma de los resultados ordinario y extraordinario.
<hr/> <b>Resultado antes de impuestos</b>	
<b>Resultado del ejercicio o resultados después de impuestos (RDI)</b>	
Resultado antes de impuestos - Impuesto de sociedades	El impuesto de sociedades se calcula aplicando el tipo correspondiente sobre la base imponible, que es el resultado antes de impuestos.
<hr/> <b>Resultado del ejercicio</b>	

Ratio	Fórmula	Valor adecuado (aproximadamente)
<b>Rentabilidad económica</b>	$\frac{\text{Resultado de explotación (BAII)}}{\text{Activo}} \times 100$	Cuanto más alto sea el porcentaje, mayor será la rentabilidad económica.  La <b>rentabilidad económica</b> indica el rendimiento que obtiene la empresa, por cada unidad monetaria introducida en el proceso de producción
<b>Rentabilidad financiera</b>	$\frac{\text{Beneficio antes de impuestos (BAI)}}{100 \text{ Fondos propios}} \times 100$ $\frac{\text{Beneficio después de impuestos}}{\text{Fondos propios}} \times 100$	Cuanto más alto sea el porcentaje, mayor será la rentabilidad financiera.  La <b>rentabilidad financiera</b> Indica a los socios el beneficio obtenido por cada unidad monetaria que ellos han invertido.
<b>Liquidez o liquidez inmediata</b>	$\frac{\text{Realizable} + \text{Disponible}}{\text{Pasivo corriente}}$	0,7 < Ratio de Liquidez < 1  Si el resultado es inferior a 0,7, la liquidez de la empresa es baja (podría tener problemas para pagar alguna deuda a corto plazo); y si es superior a 1, es excesiva (está desperdiciando recursos monetarios que podrían estar invertidos y generando rentabilidad).
<b>Tesorería</b>	$\frac{\text{Disponible}}{\text{Pasivo corriente}}$	0,1 < Ratio de Tesorería < 0,3  Si el resultado es inferior a 0,1, la liquidez de la empresa es baja (podría tener problemas para pagar alguna deuda a corto plazo) y si es superior a 0,3 cuenta con demasiada liquidez.
<b>Garantía o Solvencia</b>	$\frac{\text{Activo}}{\text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente}}$	1,5 < Ratio de Garantía > 2,5  Mide la distancia en la que se encuentra la empresa respecto a la situación de quiebra. Cuanto mayor sea el activo, mayor será la distancia.  Ratio de Garantía = 1 La empresa está en quiebra
<b>Autonomía financiera</b>	$\frac{\text{Fondos propios}}{\text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente}}$	Se recomienda que el valor de este ratio se sitúe en torno a 1, para que el equilibrio entre los recursos propios y los ajenos sea el adecuado.
<b>Endeudamiento</b>	$\frac{\text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente}}{\text{Pasivo} + \text{Patrimonio neto}}$	Si Ratio < 0,5, podemos decir que el nivel de endeudamiento de la empresa no es peligroso.
<b>Calidad de la deuda</b>	$\frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente}}$	Cuanto más cercano se encuentre a 1, la deuda será «de peor calidad». Al aproximarse a 1, crece el peso de la deuda a corto plazo frente a la deuda a largo plazo.

### 9.3. Análisis económico-financiero

Calcula los ratios económicos y financieros a partir del Balance y la Cuenta de Resultados de Previsión de tu empresa. Comenta los resultados.

#### 9.4. El Plan de Tesorería

Elabora el Plan de Tesorería de tu empresa sobre la base del modelo propuesto en la unidad 10 (punto 4 o en el apartado Proyecto de Empresa). Puedes realizar un Plan semestral o anual (añadiendo más columnas al modelo).

CONCEPTOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	TOTAL
Ventas del producto de la empresa							
Aportaciones de los socios al capital social							
Dinero procedente de préstamos							
Dinero obtenido de préstamos a clientes							
<b>SUMA DE COBROS</b>							
Inversiones en inmovilizado (mobiliario, equipo informático, etc.)							
Devolución préstamos bancarios							
Compras a proveedores							
Servicios: agua, luz, teléfono...							
Alquiler del local							
Pagos de publicidad (campaña inicial con pagos trimestrales)							
Salarios y cuotas a la SS							
<i>Renting</i> de la furgoneta de la empresa							
Limpieza							
Seguros (pago anual)							
Pago honorarios notario y abogado							
Pago de impuestos (ITP/AJD e IVA)							
Otros gastos de constitución							
<b>SUMA DE PAGOS</b>							
Diferencia COBROS-PAGOS							
<b>DIFERENCIA ACUMULADA</b>							

	 Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo	21/05/2018		
		MD850204		
PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL		Revisión 0	Pág. 8/36	

## ÁREA JURÍDICA

### 10.1. Forma jurídica de la empresa

- Indica la forma jurídica elegida y justifica su elección, indicando las ventajas y los inconvenientes de dicha forma jurídica y explicando cómo se pueden minimizar estos últimos.
- Señala los órganos de gobierno de la sociedad y quién integrará cada uno de ellos.

### 10.2. La organización de la prevención de riesgos laborales

Elige la forma más adecuada para organizar la prevención en tu empresa, teniendo en cuenta los siguientes condicionantes:

1. Si se trata de una de las actividades consideradas como especialmente peligrosas por el Anexo I del R.D. 39/1997, del Reglamento sobre los Servicios de Prevención.
2. El número de trabajadores de la empresa.
3. La formación de los socios en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

### 10.3. Calendario fiscal

Elabora el calendario fiscal de tu empresa.

### 10.4. Protección legal

Explica si es necesario e interesa proteger la idea empresarial para eliminar y/o reducir el riesgo de que la competencia copie o imite vuestros productos, servicios, invenciones, diseños, etc.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018		
		MD850204		
		Revisión 0	Pág. 8/36	

## PROTECCIÓN LEGAL

Todos  
estos

**Nombre comercial:** es el signo de representación gráfica de la organización empresarial y sirve para identificar y distinguir a una empresa de las demás, que se dedican a actividades similares.

No pueden constituir nombres comerciales los patronímicos, la razón o denominación social ni los anagramas, logotipos, imágenes, figuras y dibujos.

El nombre comercial ha de solicitarse a la Oficina Española de Patentes y Marcas. En la solicitud hay que especificar las actividades que pretende distinguir.

La elección del nombre comercial es importante porque si ésta tiene éxito constituye un bien intangible de gran valor. Su cambio posterior no es aconsejable. Por tanto, el nuevo empresario debería reflexionar suficientemente antes de decidirlo.

**El rótulo:** es el signo diferenciador del establecimiento donde el empresario ejerce su actividad empresarial. Está regulado en la Ley de Competencia Desleal de 10 de enero de 1991.

**La marca:** según la Ley de Marcas, la marca es todo signo de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otra. Las marcas pueden ser palabras, imágenes, figuras, letras, dibujos, etc.

La solicitud de una marca debe presentarse en la Oficina Española de Patentes y Marcas o en el organismo competente de la respectiva comunidad autónoma.

**Patente:** están reguladas por la Ley de 20 de marzo de 1986. Según esta Ley una patente es un título expedido por el Estado que permite a su concesionario la explotación en exclusiva del invento durante un plazo determinado por la Ley. Según la mencionada Ley el plazo es de 20 años.

Solamente se pueden patentar las invenciones industriales que tengan una aplicación industrial. No son patentables los métodos o procedimientos para las actividades industriales.

La posesión de una patente confiere a su titular una ventaja competitiva frente a sus competidores. La posibilidad de proteger legalmente el producto es uno de los criterios que las empresas de capital riesgo valoraban en la evaluación de la oportunidad empresarial.

**El diseño industrial:** está regulado por la Ley 20 del 7 de julio de 2003. Según esta Ley, diseño industrial es la apariencia de la totalidad o de una parte de un producto que se derive de las características de las líneas, contornos, colores, forma o materiales del producto en sí o su ornamentación. Existe también un Registro de Diseños en la Oficina Española de Patentes y Marcas. El diseño puede protegerse por cinco años, pudiéndose renovar hasta un máximo de veinticinco.

Su protección legal es asimismo importante porque el diseño constituye otro bien intangible que si está protegido legalmente diferencia a la empresa de la competencia y se convierte en una ventaja competitiva.

### Seguros

Con respecto a la reducción de riesgos cabe señalar que, aparte de la propiedad industrial, el empresario tiene la posibilidad de cubrir determinados riesgos a través de la contratación de un seguro. Entre los principales riesgos susceptibles de ser asegurados contractualmente figuran:

- Seguros de vida. Seguro de accidentes.
- Seguro de incendios. Seguro de robo, expoliación y hurto.
- Seguro multirriesgo de comercio y oficinas. Seguro de cambio de moneda extranjera.

El nuevo empresario hará bien en estudiar detenidamente qué seguros le conviene contratar para reducir los riesgos asegurables inherentes a la actividad empresarial, ya que este es un tema que generalmente se olvida. Por otra parte, hay que tener en cuenta que muchas entidades bancarias exigen un seguro de vida del empresario cuando éste quiere contratar un crédito o préstamo.

instrumentos pueden ser considerados hoy en día como bienes intangibles que constituyen factores de competencia.

## TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA. PLAN DE ACCIÓN

### 11.1. Trámites de constitución y puesta en marcha

Se detallarán las actividades necesarias para la constitución y puesta en marcha de la empresa. Recuerda la tabla que has elaborado en la unidad 10 y añade dos nuevas columnas, en las que se indique la fecha aproximada en la que se va a realizar cada trámite y la persona responsable:

Orden	Trámites	Órgano en el que se tramita	Dirección postal	Dirección web	Fecha prevista	Persona responsable
1						
2						
3						
4						
5						
Etc.						

### 11.2. Plan de Acción

En los puntos anteriores has planteado unos objetivos (comerciales, productivos, económicos, etc.) y has indicado los medios para conseguirlos (Plan de Producción e Inversiones), ahora debes organizar en el tiempo cada una de las acciones que pondrán en marcha la actividad productiva de tu empresa. En este caso, las fechas pueden indicarse por meses o trimestres.

Te proponemos dos modelos de Planes de Acción:

Trámite	Fecha prevista	Persona responsable	Coste
Obras y reformas del local			
Alta luz, agua, teléfono, etc.			
Visitas a proveedores y formalización de acuerdos			
Compra de materiales y productos			
Inicio del plan de promoción y publicidad, visitas a ferias, etc.			
Fecha de apertura e inicio de actividad			
Distribución del producto			
Revisión del Proyecto de Empresa, etc.			

**PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL**

Otra forma de presentar el Plan de Acción es mediante un Diagrama de Gantt, en el que se van coloreando las celdas en las que se prevé que se realizará la acción:

Actividades	Mes 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Obras y reformas del local												
Alta luz, agua, teléfono, etc.												
Visitas a proveedores y formalización de acuerdos												
Compra de materiales y productos												
Inicio del plan de promoción y publicidad, visitas a ferias, etc.												
Fecha de apertura e inicio de actividad												
Distribución del producto												
Revisión del Proyecto de Empresa												

**CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

**12.1. Análisis DAFO**

Realiza un análisis DAFO **del conjunto del proyecto**. Una vez realizado el estudio, puedes presentarlo en el Proyecto, de dos formas:

- a) Como una matriz DAFO
- b) Redactándolo, a modo de conclusiones

**12.2. Valoración del riesgo**

En este punto se deben analizar los riesgos que existen en la puesta en marcha de tu proyecto empresarial y explicar las medidas correctoras que aplicaréis para afrontarlos. Los riesgos pueden ser:

- c) Internos: aquellos que afectan al personal, a la aceptación del producto por el mercado, posibles retrasos, problemas en la obtención de recursos financieros, etc.
- d) Externos: una posible recesión económica, aparición de nuevas tecnologías, una rápida reacción de los competidores, cambios en la demanda, etc.,

**12.3. Criterios de evaluación**

Estableced unos objetivos y parámetros, con respecto a los cuales, después, se puedan realizar comparaciones con la realidad conseguida. Cada empresa ha de fijar los indicadores que mejor se adapten a su estructura y que permitan medir el grado de cumplimiento de sus planes.

Gracias a estas evaluaciones se pueden detectar y analizar las desviaciones para, posteriormente, tomar medidas correctoras en el momento adecuado.

**PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL**

Área	Objetivo	Actividad	Responsable	Plazo	Cambio	Resultado
Marketing						
Producción						
Recursos Humanos						
Costes						
Inversiones						
Financiación						
Etc.						

### 13. Plan Técnico productivo

Instalaciones

Fases del proceso productivo

Recepción, control y almacenamiento de materias primas.

Proceso de elaboración

Servicio

APPCC

#### OPCIÓN B

**1. Tipo de empresa. (Supervisa profesor/a de GADRES)**

→ Tipo de establecimiento.

**2. Cultura empresarial e Imagen corporativa. Investigar si la empresa tiene definida su cultura empresarial (misión, visión y valores) y cuál es su imagen corporativa. (Corrección profesor/a de GADRES)**

**3. Publicidad/Marketing mix. Explicar cuál es el servicio que ofrece la empresa, la política de precios que lleva a cabo y las acciones de comunicación que utilizan. (Supervisa profesor/a de GADRES).**

→ Actividad de la empresa.

→ Características del servicio.

→ Estacionalidad.

→ ¿Cómo se publicita la empresa? Importancia de webs como Tripadvisor, Booking, Atrápalo, Facebook, Twitter, Instagram u otras redes sociales.

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018	
	<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>	<b>MD850204</b>	

- ¿Pertenece a alguna asociación profesional?
- ¿Existe algún sistema de fidelización de clientes?
- ¿Cómo es el proceso de comunicación con los clientes? ¿Existe un protocolo?
- ¿Cómo es el proceso de comunicación interna? (entre departamentos, entre miembros del equipo, entre responsables de departamentos).
- ¿Cómo es la comunicación entre los responsables y los miembros del equipo?
- Canales de comunicación que utilizan (reuniones, intranet, manuales, teléfono, etc).
- ¿Cómo se comunican las incidencias? ¿Existe un procedimiento de comunicación de éstas?
- Fotopiar ó hacerle una foto a la carta de tu restaurante y analizar si en la carta se cumplen el 1º y 2º Principio de Omnes en todos los grupos.
- ¿Aplica algún principio ó técnica a la hora de confeccionar su carta? ¿Cuál?
- Escoge algún plato estrella de tu restaurante y realizar el Escandallo del mismo y Hoja de Costes.

**4. Organización y recursos humanos. Organigrama de la empresa y funciones que realizan los trabajadores según su categoría. Análisis del puesto de trabajo que corresponde a tu categoría profesional (salario, horario, tipo de contrato, formación requerida, convenio colectivo). Procedimiento de selección de personal. (Supervisa profesor/a de RRHH)**

- Describir horarios y turnos.
- Número de trabajadores de la empresa.
- Describir principales actividades y características de los departamentos/ áreas.
- ¿Cuáles son las áreas o departamentos relacionados con cocina?
- ¿Se ajusta su organización y sus departamentos a su clasificación?
- ¿Qué formación tienen sus empleados? ¿Cuál es la formación requerida? Describir formación según categoría profesional y actividades llevadas a cabo en la empresa.
- ¿Ofrece la empresa cursos o actividades de formación?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de selección?
- ¿Quién es el responsable del proceso de selección?
- ¿Existe uniformidad?
- Sistemas de control (asistencia, cumplimiento de sus obligaciones y funciones).
- Sistemas de motivación de los trabajadores.

**5. Ley de Protección de datos. Medidas que llevan a cabo para adaptarse a la ley. (Supervisa profesor/a de GADRES)**

- Ejemplo de cómo se aplica en la empresa.

**6. Recursos materiales. Descripción del centro de trabajo. (Supervisa profesor/a de Cocina).**

- Útiles y equipos – Descripción (neveras, cámaras frigoríficas, lavavajillas...)
- ¿Qué acciones son necesarias con respecto a los útiles y equipos (mantenimiento, limpieza, puesta a punto...)?
- Local: Plano, dimensiones, estructuración, infraestructuras necesarias...

**7. Gestión de almacén. Describir cómo se realiza. (Supervisa profesor/a de Cocina).**

- ¿Cómo se hacen los pedidos?
- ¿Dónde se almacenan los productos recibidos?
- Describir la bodega y economato (dimensiones, foto, temperatura...).
- ¿Quién es el responsable del aprovisionamiento y control de la bodega/economato?
- ¿Qué documentación lleva asociada (fichas de pedido /recibo, albaranes, inventario...)? Adjunta, si es posible, los modelos utilizados en la empresa.
- ¿Cada cuánto tiempo se realiza el pedido? ¿Se emplean métodos tipo FIFO, LIFO Y PMP?

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018			
		<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>			<b>MD850204</b>
		Revisión 0	Pág. 8/36		

- ¿Cómo se calcula el tamaño del pedido?
- ¿Quiénes son los proveedores?
- ¿Se ha analizado la organización de las materias primas teniendo como referencia el código alimentario?
- ¿Se han aprendido las operaciones necesarias para recepcionar materias primas en la cocina?
- ¿Se dispone de instrumentos para el control cuantitativo, cualitativo e higiénico-sanitario? → ¿Son adecuados los sitios para almacenamiento y la conservación de materias primas y otros suministros?
- ¿Se han determinado los métodos de conservación idóneos para las materias primas?
- ¿Se han colocado las materias primas en función de la prioridad en su consumo?
- ¿Se ha mantenido el almacén, economato y/o bodega en condiciones de orden y limpieza? → ¿Se ha verificado el cumplimiento por parte del proveedor de la normativa referente al embalaje, transporte, cantidad, calidad, caducidad, temperatura, manipulación y otras?
- ¿Se han realizado todas las operaciones teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental?
- ¿Has realizado controles de existencias/inventarios?
- ¿Has calculado el consumo de existencias?

#### **8. Gestión administrativa. Tipos de documentos que utilizan. (Supervisa profesor/a de GADRES)**

- ¿Qué documentación es necesaria para cada departamento?
- Describir la de antes, durante y después del servicio.
- Actitud - ¿cómo se hace? / ¿cómo lo has llevado a cabo?
- Procedimiento cobro y facturación.
- ¿Quién es el responsable de los cobros?
- ¿Cuáles son los recursos? (TPV, Caja, PDA, Pc, programa...)
- ¿Cómo se hace el cierre de caja?

#### **9. Programa de gestión del centro de trabajo. Programa informático utilizado en la empresa para la gestión administrativa y de almacén. (Supervisa profesor/a de Cocina)**

- ¿Existe algún tipo de aplicación informática que se use en la empresa?
- Nombre del programa y descripción.
- Licencias.

#### **10. Servicio y procedimientos en el puesto trabajo. (Supervisa profesor/a de Planificación y Gastronomía y Nutrición).**

- Procedimientos de desarrollo del servicio: fases, planificación, control.
- ¿Cuáles son las acciones que se llevan a cabo para las operaciones de puesta a punto y montaje de las áreas de producción y servicio?
- ¿Existe la empresa un protocolo de servicio? ¿Y de atención al cliente? Describir. ¿Cómo se aplica?
- ¿Cómo se lleva a cabo del control de las fases del servicio?
- Procedimientos respecto al puesto de trabajo (organizado, limpio, libre...)
- ¿Cómo llevas a cabo las instrucciones recibidas?
- ¿Qué funciones/ actividades has desempeñado? Justificar su importancia.
- ¿Qué conceptos de tus asignaturas son los que te han beneficiado más a la hora de trabajar?
- ¿Sabrías relacionar tus asignaturas con los distintos trabajos que se realizan en tu empresa de prácticas?
- ¿Has tenido que realizar trabajo colaborativo con el resto del equipo?
- ¿Qué herramientas tiene la empresa para la organización y la planificación?
- ¿Has realizado algún tipo de contabilidad/escandallos?

	 <p>Programa financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cofinanciado por el Fondo Social Europeo</p>	21/05/2018			
		<b>PROGRAMACION DE MODULO PRESENCIAL</b>			<b>MD850204</b>
		Revisión 0	Pág. 8/36		

- ¿Se han identificado las necesidades de limpieza y preparaciones previas de las materias primas?
- ¿Se han realizado las tareas de pesado, preparación y limpieza previas al corte, utilizando correctamente equipos, útiles y/o herramientas?
- ¿Se han realizado todas las operaciones teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental?
- ¿Qué platos y postres has tenido que hacer?
- ¿Se han realizado los procesos de elaboración de postres respetando las formulaciones y siguiendo los procedimientos establecidos?
- ¿Se han realizado los procedimientos de elaboración de productos para personas con necesidades alimenticias específicas, evitando las contaminaciones cruzadas?
- ¿Se ha reconocido e interpretado la terminología relacionada con la producción culinaria? → ¿Se han deducido las necesidades de materias primas, así como de equipos, útiles, herramientas y otros?
- ¿Qué técnicas de cocinado has realizado?
- ¿Qué métodos decorativos has utilizado en tus platos?
  - ¿Cuáles son las propiedades nutricionales que tienen los alimentos con los que has trabajado?
- Analiza un par de elaboraciones de las más frecuentes.
- ¿Cuáles son los platos nacionales y los internacionales que has hecho o que hayas visto hacer en tus prácticas?
- ¿Has diseñado tú algún producto o has aportado alguna idea?
- ¿Cómo están relacionadas la calidad y el precio de los productos desde tu punto de vista?

#### **11. Plan técnico productivo (Supervisa profesor/a de Cocina)**

Instalaciones

Fases del proceso productivo

Recepción, control y almacenamiento de materias primas.

Proceso de elaboración

Servicio

APPCC

**12. ¿Qué tipo de clientela tiene? ¿Cuáles son sus características? ¿Se lleva algún tipo de estadística o conteo de la clientela por nacionalidad? (Supervisa profesor/a de GADRES)**

**13. Respeto medio ambiente. ¿Contempla la empresa alguna medida de respeto al medio ambiente (maquinarias, productos, lavandería, productos de limpieza...)?(Supervisa profesor/a de Cocina)**

**14. Propuesta de mejora y evaluación global de las prácticas.(Supervisa profesor/a de GADRES)**