

A dark blue vertical bar runs down the left side of the page. A blue arrow points to the right from the bar, containing the text 'EIE'.

EIE

# Práctica 2

LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Several thin, curved lines in dark blue and light grey originate from the bottom left and curve upwards and to the right.

Álvaro Manuel Navarro Cruz

2º DAM

15/12/2024

# Índice

Introducción (↑).....	4
1.- Idea de empresa (Práctica 1) (↑).....	5
1.1.- Contexto .....	5
1.2.- Desarrollo .....	5
1.3.- ¿Cómo se generan beneficios? .....	6
2.- Análisis Interno (Práctica 1) (↑).....	7
2.1.- Mis características .....	7
2.2.- Características de un emprendedor .....	7
2.3.- Capacidad para financiar el negocio.....	8
3.- Análisis Externo (Práctica 1) (↑) .....	9
3.1.- Entorno general .....	9
3.1.1.- Factores económicos.....	9
3.1.2.- Factores socioculturales.....	9
3.1.3.- Factores políticos y administrativos.....	9
3.1.4.- Factores tecnológicos.....	10
3.2.- Entorno Específico .....	10
3.2.1.- Factores relativos a los clientes .....	10
3.2.2.- Factores relativos a la competencia.....	10
3.2.3.- Factores relativos a los proveedores .....	10
4.- Gráfica DAFO (Práctica 1) (↑) .....	11
4.1.- Estrategias .....	12
5.- Autodiagnóstico (Práctica 1) (↑) .....	14
6.- Competencia (Práctica 2) (↑) .....	19
Diferencias principales.....	20
7.- Plan de Marketing (Práctica 2) (↑) .....	21
7.1.- Producto / Servicio .....	21
7.2.- Precio .....	21
7.3.- Promoción.....	22
7.4.- Distribución.....	23
8.- Plan de Producción (Práctica 2) (↑).....	24

8.1.- Necesidades Físicas.....	24
8.2.- Producción .....	24
9.- Plan Económico y Financiero (Práctica 2) (↑) .....	25
9.1.- Coste .....	25
9.1.1.- Inversión inicial total .....	25
9.2.- Financiación .....	26
10.- Plan de RRHH (Práctica 2) (↑).....	27
11.- Valoración Personal (↑).....	28
12.- Bibliografía (↑).....	29

# Introducción

Para esta práctica, se nos pide proporcionar la segunda fase del plan de empresa comenzado en la entrega anterior. Para ello, se nos pide realizar un estudio de la competencia y definir la estructura básica de nuestra empresa.

Debemos obtener un listado de empresas similares a la nuestra y analizar sus productos y/o servicios teniendo en cuenta el ámbito en el que queremos competir, en este caso, en ámbito nacional.

Debemos realizar un plan de marketing o cómo vender nuestro producto y/o servicio, realizar un plan de producción o cómo producir nuestro bien o servicio, realizar un plan económico y financiero y, por último, realizar el plan de Recursos Humanos, especificando las personas y los cargos necesarios para nuestra empresa.

# 1.- Idea de empresa (Práctica 1)

## 1.1.- Contexto

En la actualidad, surgen innovaciones día a día que facilitan la vida a casi todos los sectores empresariales, siendo la mayoría de carácter tecnológico, puesto que ahorra recursos y agiliza procedimientos que de mano humana serían muy tediosos.

En el sector servicio, a nivel de empresa, también existen herramientas para realizar estas tareas, como son los ERP's y los CRM's. Sin embargo, para las empresas más pequeñas, pueden no ser suficientes.

El proceso de comienzo y estabilización de una empresa es tedioso y requiere, en su mayoría, de aumentar la visibilidad y conseguir nuevos clientes, además de mantener los ya existentes.

A día de hoy, esto se logra, principalmente, por las inversiones en publicidad y el "boca a boca" entre clientes, pero, ¿Qué debe hacer el cliente para contratar un servicio?

Las llamadas telefónicas y cuadrar un día y hora disponible por ambas partes no siempre es una tarea agradable para todo el mundo, por lo que pueden tender a posponerse, así agravando la avería/necesidad del cliente.

## 1.2.- Desarrollo

Mi idea es ayudar a estas empresas en el proceso antes mencionado, ofreciendo visibilidad por méritos y, de esta manera, aumentando sus clientes. Mientras que, a su vez, facilitamos la vida de los clientes al ahorrar tiempo de llamadas y coordinación.

Se trata de una plataforma web / app móvil, la cual consta de un apartado para empresas y otro para clientes.

Las empresas podrán, mediante un calendario, especificar qué días y horas quedan disponibles en su jornada semanal.

Los clientes podrán, en primer lugar, elegir un servicio (Pintor, Albañil, Jardinero, Fontanero...), a continuación, seleccionarán en el calendario el día y la hora a la que quiere el servicio y se mostrarán, a modo de lista, las empresas del sector disponibles para citar.

Cabe señalar que la lista de empresas disponibles aparecerá en un orden determinado según un sistema de valoraciones por parte de los clientes, donde podemos ver el nivel de satisfacción de los mismos.

### 1.3.- ¿Cómo se generan beneficios?

Para formar parte de la plataforma, las empresas deberán abonar una suscripción mensual. Este precio se estipulará según las ganancias de las empresas en un primer mes de prueba gratuito, de manera que, cuantos más clientes consigan, más incrementará la cuota hasta un máximo de 30€/mes.

Por otra parte, las empresas podrán adquirir un plan de publicidad, donde tendrán privilegios de posicionamiento en la lista de empresas disponibles. Este método deberá ser complementario a la satisfacción del cliente, puesto que si está en posiciones superiores pero las valoraciones son negativas, los clientes no los contratarán de igual manera.

De igual manera, los clientes tendrán la opción de “Solicitar con Urgencia”.

En este caso, el cliente selecciona el día y la hora, pero en la lista se mostrarán las empresas disponibles para ese día, sin tener en cuenta los horarios disponibles de las mismas. Para cuadrar la cita, se le enviará una notificación a la empresa para informarle de la urgencia, donde podrá ver la hora solicitada por el cliente y dejar al criterio del ofertante la posibilidad de mover algún trabajo ya programado o si trabajar en un horario que normalmente descansa.

En caso afirmativo, la empresa establecerá un plus extra de urgencia, que el cliente deberá aceptar o denegar. De este plus es donde nosotros adquirimos el 30%.

## 2.- Análisis Interno (Práctica 1)

### 2.1.- Mis características

Las capacidades técnicas requeridas para desarrollar esta idea son muy diversas, pero con un poco de formación seré capaz de adquirirlas y de mejorar las ya existentes.

Los conocimientos o aptitudes que tengo para desarrollar esta idea son:

- 1- Aptitudes tecnológicas.
- 2- Buen manejo de sistemas de comunicación y visibilidad como Redes Sociales.
- 3- Contactos en diferentes sectores para analizar sus opiniones sobre la plataforma a desarrollar.
- 4- Carisma, don de gentes y facilidad para transmitir ideas.
- 5- Asesoría legal.
- 6- Contactos que puedan estar interesados en desarrollar el proyecto conmigo.
- 7- Asesoría financiera.

Los conocimientos o aptitudes que debería mejorar o completar son:

- 1- Programación web / móvil.
- 2- Automatizar procesos para gestionar eventos.
- 3- Diseño web / móvil.

### 2.2.- Características de un emprendedor

Para lograr objetivos hay que marcarse metas y tener claro el recorrido a seguir, por lo que un buen emprendedor debe tener Visión.

En segundo lugar, pero no menos importante, debe tener creatividad para encontrar soluciones innovadoras e identificar las oportunidades en el mercado.

La capacidad de adaptación es sin duda un pilar fundamental en el trayecto hasta la excelencia, siendo capaces de afrontar inconvenientes y gestionar los tiempos a dedicar.

Para finalizar, pienso que un emprendedor debe poseer capacidades de liderazgo y habilidades de trabajo en equipo, para así transmitir seguridad e inspirar a futuros accionistas / clientes.

Pienso que dispongo de todas estas características, pero no al completo, puesto que me queda mucho camino por recorrer y debo perfeccionarlas conforme avance el proyecto.

### 2.3.- Capacidad para financiar el negocio

Un pilar fundamental de todo comienzo empresarial es disponer de los fondos necesarios para costear el negocio antes de generar ingresos.

En mi caso, puesto que llevo trabajando bastantes años y jamás he tenido deudas de ningún tipo, dispongo de la posibilidad de adquirir créditos que me permitan financiar los costes.



## 3.- Análisis Externo (Práctica 1)

### 3.1.- Entorno general

#### 3.1.1.- Factores económicos

La situación económica de España, aunque no se considera época de crisis, sigue siendo muy difícil para la mayoría de familias de clase Media/Baja, puesto que la jerarquía de clases se ha visto afectada desde la pandemia del COVID-19 y esto hizo más grande la brecha entre las clases Alta – Media.

Podríamos considerar que el principal problema está en la relación desproporcional entre el coste de vida – ingresos.

El proyecto se desenvolverá en una situación en la que los clientes buscan servicios a bajo coste y donde las empresas buscan optimizar los precios para hacerlos “Competitivos”.

#### 3.1.2.- Factores socioculturales

La difícil situación económica de los españoles, hace que sientan desgana por las actividades que desempeñan al no ver suficientes resultados. Esto se extrapola a la vida cotidiana, haciendo que realizar actividades “complicadas” se vean pospuestas, como el caso de solicitar algún servicio para cubrir una necesidad.

El objetivo de este proyecto es facilitar la gestión de estas necesidades.

#### 3.1.3.- Factores políticos y administrativos

En España existen **incentivos para digitalización**, que ofrecen subvenciones a pequeñas empresas para que se digitalicen y aumenten su competitividad. Esto podría favorecer la adopción de la plataforma.

### 3.1.4.- Factores tecnológicos

A día de hoy, muchas son las empresas que buscan digitalizarse y adaptarse al mercado online.

Estar al día es un pilar fundamental para que las empresas puedan obtener los mayores beneficios empleando el menor tiempo y recursos posibles.

## 3.2.- Entorno Específico

### 3.2.1.- Factores relativos a los clientes

Los clientes buscan facilidad y rapidez a la hora de gestionar citas para cubrir alguna necesidad, así como acceder a opiniones previas de otros clientes que aporten confianza sobre el servicio que van a contratar.

Este proyecto está destinado a personas que requieran servicios de reparación / mantenimiento y que valoren la conveniencia de una plataforma que gestione todo el proceso por ellos.

### 3.2.2.- Factores relativos a la competencia

Existen plataformas que permiten encontrar servicios, aunque no todas ofrecen funcionalidad de realizar reservas directas o que dispongan de un sistema de valoración por méritos.

Las opciones de posicionamiento que ofrece la plataforma pueden ser atractivas para las empresas que desean tener una mayor visibilidad y esto puede incluir en competencias grupos como Google Ads, sin embargo, lo que nos diferencia de ellos es que en la plataforma también se cuenta la opinión de los clientes.

### 3.2.3.- Factores relativos a los proveedores

En cuanto a proveedores se refiere, la plataforma necesitará un alojamiento web, seguridad y desarrollo web / móvil.

Podemos considerar como proveedores a las propias empresas que contraten nuestros servicios, ya que van a ser ellos las que nos provean de un catálogo digno de una app competente.

## 4.- Gráfica DAFO (Práctica 1)



DAFO



**DAFO:** Gestión de Servicios-Clientes

**Descripción del DAFO:**

*Plataforma web/móvil. Las empresas se suscribirán a nuestros servicios para aparecer en una bolsa de empresas.*




















*Los clientes accederán a la plataforma para seleccionar un servicio (ej. Pintor, fontanero...), seleccionar el día que están disponibles y elegir, de entre la bolsa, la empresa ejecutora.*

**Matriz de factores**

	Debilidades		Amenazas
	Educar a las empresas a usar nuestro calendario		 Socio-Cultural: Alianza entre clientes-empresas tras utilizar el servicio una vez.
	Falta de experiencia comercial		
	Marketing a empresas/clientes		
	Fortalezas		Oportunidades
	Buen trato al cliente		 0 impacto medioambiental
	Necesita poco personal bajo contrato		 Autofinanciación
	Sin gastos de alquiler		 Aportar facilidad al necesitado
	Experiencia en redes sociales		 Mejorar la economía de las PYMES
			 Poca competencia

## 4.1.- Estrategias

### Matriz de estrategias

 <b>Estrategia Adaptativa</b> — Dar a conocer los beneficios de nuestra plataforma <i>Las empresas deben ser activas en la plataforma para indicar días disponibles en los que puedan recibir encargos.          La plataforma será intuitiva y no tomará más de un minuto seleccionar los días ocupados/disponibles.</i>	
 <b>Debilidades</b>  Educar a las empresas a usar nuestro calendario	 <b>Oportunidades</b>  Aportar facilidad al necesitado  Mejorar la economía de las PYMES
 <b>Estrategia Defensiva</b> — Embaucar a las empresas <i>Realizar una presentación al acceder a la plataforma.          En ella se dejará muy claro el sistema de puntuación y se les retará a realizar buenos servicios para así obtener más clientela.          Posibilidad de consultar dudas por teléfono.</i>	
 <b>Fortalezas</b>  Buen trato al cliente	 <b>Amenazas</b>  Socio-Cultural: Alianza entre clientes-empresas tras utilizar el servicio una vez.
 <b>Estrategia Ofensiva</b> — Crecimiento exponencial <i>Gastos mínimos, ganancias limpias.          Se hará uso de las redes sociales para crear anuncios en los que se muestre la facilidad que ofrece nuestra plataforma.</i>	
 <b>Fortalezas</b>  Necesita poco personal bajo contrato  Experiencia en redes sociales  Sin gastos de alquiler	 <b>Oportunidades</b>  Autofinanciación  Poca competencia



## Estrategia Supervivencia

## Contingencia contra alianzas Empresas-Clientes

La plataforma implementa un sistema de puntuación que los clientes conceden a las empresas una vez finalizado el trabajo.

Los clientes podrán ver en primer lugar, y siempre que estén disponibles, las empresas mejor valoradas para realizar esos trabajos.

Incremento de clientela.



## Debilidades



Educar a las empresas a usar nuestro calendario



## Amenazas



Socio-Cultural: Alianza entre clientes-empresas tras utilizar el servicio una vez.

## Nivel de Importancia del Factor en el Proyecto



Casi irrelevante



Poco importante



Importancia media



Muy importante



Importancia crucial

## Categorías Pestel



Político



Económico



Socio-cultural



Tecnológico



Ecológico



Legal

## 5.- Autodiagnóstico (Práctica 1)

### Informe Final del Autodiagnóstico del Emprendedor

#### 1. Datos del emprendedor

---

Nombre:  Álvaro Manuel Navarro Cruz

#### 2. Características básicas del proyecto de empresa

---

**Número de socios que formarán la empresa**

1 o 2 socios

**La actividad de la empresa estará relacionada con**

La prestación de servicios

**Quiere Vd. montar la empresa porque conoce muy bien**

El mercado

#### 3. Autodiagnóstico

---

##### 3.1 MOTIVACIÓN

###### Autonomía y compromiso personal

###### **Autonomía personal y reconocimiento ajeno**

Usted parece ser una persona que busca en su proyecto empresarial la oportunidad de ganar un espacio de libertad que no encuentra trabajando para otros, por muy prestigiosa que sea la empresa. Si ya ha probado esta experiencia, es muy probable que nunca vuelva a trabajar por cuenta ajena, pero no olvide que las cosas pueden cambiar y debe asumir la posibilidad de que tenga que hacerlo. Procure mentalizarse de ello y prepárese para esa contingencia, pues la primera empresa de un emprendedor es él mismo, es decir, su desarrollo como persona, y su capacidad para superar sus retos y mantenerse sereno ante el éxito. Recuerde lo que le coreaban a César los ciudadanos romanos al volver exitoso de sus campañas militares: "No olvides que eres mortal".

###### **Compromiso personal y tolerancia al fracaso**

Usted parece ser una persona comprometida con su proyecto. Por él siente una especie de pasión que le lleva a trabajar duro y a desarrollar un escenario óptimo en el que poner en práctica lo que tiene en mente. Y esto lo hace con criterio analítico, midiendo el riesgo. Esta actitud le permite afrontar lo inesperado de forma positiva y salir airoso en muchas ocasiones. Debe cuidar esa energía interior, esa motivación, manteniendo el mejor equilibrio posible entre su vida personal y familiar, por un lado, y su actividad profesional, por el otro, y valorando al máximo las satisfacciones que le proporcionan las dos primeras. Aunque a veces no lo parezca, eso es lo más importante.

## **Importancia de dinero**

### ***Motivación para ganar dinero***

Mucha gente que monta una empresa piensa que hay cosas más importantes que el dinero, como es el tener un nivel y calidad de vida aceptable y hacer cosas que les gustan. Esto supone buscar un equilibrio entre la vida privada y la actividad profesional, y, como consecuencia del trabajo bien hecho, ya llegará el dinero.

### ***Necesidad del dinero para emprender***

Si hay potencial de negocio, el dinero puede encontrarse. Para ello es importante conocer el sector en que quiere trabajar, y el trabajo a realizar, para saber qué necesidades cubrir. Ahí está el reto personal, pues hay que hacer un gran esfuerzo para ver las cosas, darles forma, crear un equipo de gente comprometida con el proyecto, y convencer a clientes y proveedores. El dinero es un elemento más en ese proceso, pero, cuando uno está convencido de lo que quiere, lo acaba haciendo, de una manera u otra.

## **3.2 ENERGÍA E INICIATIVA PERSONAL**

### **Iniciativa y Organización del trabajo**

#### ***Importancia de la Iniciativa***

Cuando se emprende con un nuevo proyecto, la predicción certera de su éxito o fracaso es prácticamente imposible. Si después de un gran esfuerzo no ve resultados, analice los motivos y trate de establecer medidas correctoras. Si aún así el proyecto sigue sin funcionar, no tenga reparos en abandonarlo. Mire el fracaso como un honor y emprenda sin miedo otro proyecto. Los errores pasados le servirán de formación y aprendizaje para alcanzar éxito en el futuro.

#### ***Forma de trabajar***

Aunque tiene clara la importancia de marcarse objetivos a largo plazo, recuerde también que es bueno fijar y cumplir objetivos a corto plazo coherentes con los objetivos a largo. Le servirán como "conductores" y "facilitadores" en la consecución de los objetivos a largo plazo.

### **Dedicación al negocio y confianza en la suerte**

#### ***Dedicación***

Parece que tiene claro que alguna vez tendrá que trabajar en días u horas inusuales. Tenga en cuenta que, para sacar una empresa adelante, a veces esos esfuerzos adicionales, por su carácter emprendedor, pueden llegar a convertirse en costumbre. Recuerde siempre su forma de pensar actual y no se deje llevar por el trabajo sin límites que requiere una empresa para salir adelante. Sepa descansar a tiempo y establecer límites a su dedicación.

#### ***Suerte***

A veces, pasan oportunidades por nuestro lado y no nos damos ni cuenta. Tenga suficiente flexibilidad y atención como para poder adaptarse y aprovechar esas oportunidades. No las deje pasar. ¡Existen! Una vez alcanzadas, recuerde que la suerte no dura siempre y trabaje duro.



### 3.3 CAPACIDAD DE RELACIÓN (DE INFLUENCIA)

#### Comunicación y capacidad comercial

##### *Capacidad de comunicación*

Para ser un emprendedor de éxito es muy importante que sea un buen comunicador, que pueda transmitir el concepto de empresa que quiere construir. Para ello, es indispensable generar confianza, y piense que la mejor forma para que se pueda comprobar que “no dice cosas que no piensa”, es que sus acciones sean coherentes con lo que dice.

##### *Importancia de la función comercial*

La función comercial es igualmente esencial para cualquier empresa de cualquier sector: vender sus productos o servicios es el objetivo de toda empresa y si no lo consigue no alcanzará el éxito. Por tanto, dedique tiempo, esfuerzo y recursos a organizar un buen plan comercial y una red que le permita situar convenientemente en el mercado su oferta. Le recomendamos que no copie a otras empresas, cada una tiene sus características específicas y esto es algo que hay que potenciar para alcanzar el éxito.

### 3.4 CAPACIDAD DE ANÁLISIS

#### Orientación al mercado

##### *Importancia de la definición del cliente potencial*

Está usted en el camino correcto. Para iniciar una empresa hay que tener claro que un negocio sin clientes no es nada, y actuar en consecuencia. Su modelo de empresa tiene que relacionarse de la forma más directa posible con el mercado para estar lo más próximo a sus clientes, y así pulsar continuamente cuales son sus necesidades. No se preocupe si su análisis inicial no coincide con la realidad, estudie el porqué y adáptese a ésta.

##### *Adaptación al mercado*

Tiene usted razón: la formación ha de ser continuada y es imprescindible estar al día en todo lo que ocurre en el entorno empresarial. Sin embargo, también es importante abrirse a otros campos, conocer los cambios que se están produciendo en el mundo, y que de una u otra forma van a repercutir en el mercado en el que va a trabajar con su empresa. Los emprendedores de éxito suelen contar cómo han detectado oportunidades de negocio en ámbitos muy dispares, y que a veces tienen poca relación directa con su negocio.

#### Planificación y Calidad

##### *Planificación*

Pertenece usted al poco numeroso grupo de personas que tiene claro que es necesario planificar, organizar el presente y el futuro de su empresa. Saber lo que se quiere hacer y organizarlo en un plan de negocio ayuda a conocer donde queremos llegar, y aunque generalmente se hacen cambios en el corto plazo, hay que verlos como variaciones en la ruta pero no en el destino. Por tanto, no se preocupe si varían sus previsiones iniciales, es lo normal y el haberlas planificado permite entenderlas mejor.

##### *Calidad*

La calidad es fundamental para que una empresa pueda posicionarse favorablemente en su mercado, pero es importante que haga una distinción entre dos acepciones de este concepto: la calidad como el cumplimiento de los requisitos o especificaciones establecidos de acuerdo a como fue concebido el producto o servicio y la calidad como idoneidad para la satisfacción del cliente. Le recomendamos que se oriente hacia la segunda acepción y que tenga en cuenta la ecuación: Calidad = satisfacción cliente

### 3.5 PROPENSIÓN AL RIESGO

#### Propensión al riesgo

##### *Tolerancia al riesgo*

No hemos de olvidar que los riesgos están implícitos en la actividad empresarial, y por tanto, será un elemento presente en sus decisiones. Intente controlarlo al máximo, minimizarlo si le es posible, pero asuma que en los procesos de toma de decisiones no siempre podemos llegar a controlar todas las variables, y que incluso a veces hasta éstas las desconocemos. Sea cauto, pero aprenda a vivir con ello.



### ***Solución de problemas***

El empresario tiene que tener una actitud resolutive, no huir de los problemas ni esperar a que el tiempo ni nadie los solucione. Es importante abordarlos sin demora, dedicar un tiempo a su análisis para conocer el origen de los mismos y facilitar la búsqueda de posibles soluciones. Y es en este análisis donde puede requerir asesoramiento que le sirva para tomar decisiones y lo que es más importante para enriquecerse profesionalmente.

### ***Gestión del riesgo***

Es fundamental no precipitarse a la hora de tomar decisiones, y si el tema lo precisa, buscar el asesoramiento de profesionales que nos merezcan credibilidad. Pero no menos importante es el tiempo, demorarnos mucho en la toma de decisiones puede ser clave para el éxito o resolución del problema. Por tanto tenga cuidado en no dilatar mucho este proceso de asesoramiento.

## **3.6 PERFIL PSICOLÓGICO**

### **Perfeccionismo y liderazgo**

#### ***Afán de perfección***

Hemos de recordarle que la perfección no existe, al ser un concepto subjetivo siempre todo puede ser objeto de mejoras pero en los tiempos en que corren es indiscutible la necesidad de tener una actitud perfeccionista, una actitud de continua mejora en todo lo relacionado con el negocio, procesos, procedimientos, servicios, información, comunicación, etc., que permita sostener las ventajas competitivas de las empresas.

#### ***Liderazgo***

Entendiendo por líder aquella persona con capacidad de influenciar en las personas, conseguir sacar lo mejor de cada uno de ellos, involucrarles en el desempeño del proyecto y aunar los intereses y objetivos del grupo con los del proyecto, es sin duda un factor que facilita la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Se tiene más garantías de éxito cuando el esfuerzo, el entusiasmo, la implicación en el proyecto es del equipo y no sólo del promotor, sobre todo si detrás hay trabajo, esfuerzo, calidad y oportunidad.

### **Actitud al cambio y reconocimiento externo**

#### ***Actitud hacia el cambio***

Es evidente que todo emprendedor que lleva adelante un proyecto empresarial lo hace con el entusiasmo y la finalidad de aprovechar una oportunidad que ha detectado en el mercado, y no por el simple hecho de capear problemas y obstáculos y de salir de una rutina, por mucho que se lo plantee como un reto personal. Eso sí, hay que asumir que parte de nuestro trabajo va a estar encaminado a atender imprevistos y problemas que surgen en la gestión diaria de la empresa. Por esta razón se justifica la necesidad de realizar una planificación y una organización. Hay que tener claro el norte y no dejarse desviar, pero actuando con la flexibilidad suficiente para atender los pequeños imprevistos del día a día que también determinarán la calidad de nuestro trabajo.

#### ***Reconocimiento externo***

En cierta forma, y sobre todo al principio cuando se pone en marcha una empresa, es muy reconfortante obtener resultados y compartirlos con los demás, sobre todo con los más próximos. Le hace sentirte más cuerdo y reafirma su autoconfianza.

### 3.7 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

#### Creatividad

##### *Idea de empresa*

En efecto, no basta con tener una buena idea. Debe ser respaldada por una planificación cuidadosa y una implantación efectiva. El primer hito es valorar la oportunidad de negocio y determinar de que opciones se dispone, analizando el mercado y a la competencia, luego determinar los segmentos del mercado a los que se va a dirigir, cuales son sus demandas actuales y la previsible evolución de las mismas. Por último, tiene que valorar la viabilidad técnica y económica de la nueva actividad identificando qué hay de sólido y de frágil en las mismas, por una parte; y la inversión, el margen y la rentabilidad, por la otra.

##### *Producto o servicio de éxito*

Esta usted en el camino correcto. No se olvide del dicho "Toda finca es manifiestamente mejorable hasta la total ruina de su propietario". Aquí pasa lo mismo. Hay que mejorar hasta donde se lo pida el cliente, con ello generará la tesorería necesaria para seguir mejorando, estudiando sistemáticamente la reacción de los clientes frente a sus productos o servicios para, en base a ella, mejorar productos y servicios que les generen mas valor añadido e innovar procesos que le permitan reducir costes.

#### Innovación

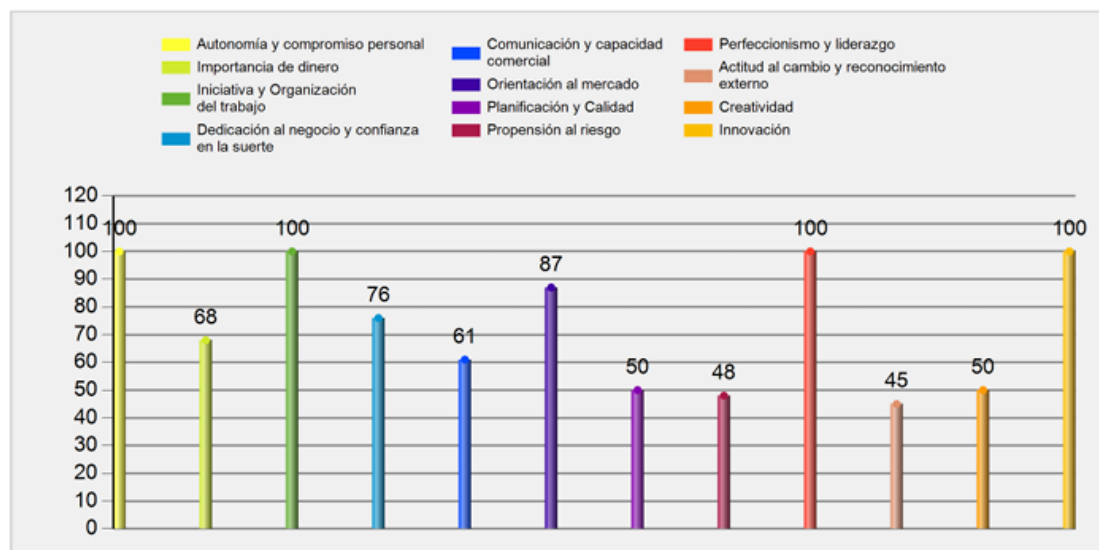
##### *Investigación*

Forma parte de un grupo exquisito de emprendedores. Sin duda, en la medida que puede controlar el futuro no necesita predecirlo, justo lo contrario de lo que hacen la mayoría. Esto se consigue aportando nuevas soluciones que son fruto de la investigación. Si bien es cierto que el fin de la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes, también es cierto que la competencia no sólo sucede dentro de los mercados, hay muchos mercados que no han sido creados aún y es en esos mercados donde están las principales fuentes de beneficio.

##### *Actitud sobre innovación*

Efectivamente, en este contexto hay que realizar un análisis y preguntarse sobre las tecnologías disponibles, con origen y utilización de las mismas, para que puedan hacerlo mas eficientemente. También tendrá que basarse en una estructura organizativa flexible que permita una rápida evaluación de las nuevas ideas. Con esto de la innovación, difícilmente va a poder usted sólo y tendrá que promover el compromiso de todos con los que trabaje. En definitiva, su concepción de la innovación tendrá que estar reflejada en un plan que incluya todas las actividades que van desde la identificación de la oportunidad, tareas de diseño conceptual, diseño del prototipo, validación, e industrialización del nuevo producto o servicio.

## 4. Resultado global obtenido



## 6.- Competencia (Práctica 2)

Las empresas listadas a continuación, formarán parte de nuestra competencia a nivel Nacional (España). Se detallarán sus servicios y las diferencias con nuestra empresa.

- 1- **Habitissimo:** Plataforma que conecta clientes con profesionales del sector de reformas, obras y mantenimiento del hogar.
  - **Servicios:**
    - 1- Generación de presupuestos personalizados
    - 2- Publicidad y posicionamiento preferente para empresas
    - 3- Atención Telefónica y digital.
  - **Diferencias:**
    - 1- Habitissimo está centrado únicamente en reformas y construcción.
    - 2- Nuestra empresa abarca todos los sectores de servicios cotidianos.
    - 3- Nuestra empresa cuenta con un servicio de urgencia, priorizando la inmediatez.
    - 4- Nuestra empresa dispone de calendario interactivo para elegir cita, sin necesidad de realizar llamadas.
  
- 2- **Cronoshare:** Plataforma que conecta clientes con servicios de limpieza, reformas, cuidados de mascotas y clases particulares.
  - **Servicios:**
    - 1- Funcionalidad de chat en directo entre cliente y profesional.
    - 2- Servicios complementarios como guías de contratación.
  - **Diferencias:**
    - 1- Cronoshare no dispone de sistema de ranking por méritos basados en la valoración de los clientes.
    - 2- Cronoshare no dispone de reserva de citas mediante calendario.

- 3- **Houzz:** Plataforma que conecta servicios del hogar y clientes.
- **Servicios:**
    - 1- Reformas de interior y exterior de hogares.
    - 2- Servicios de decoración de interiores y exteriores.
    - 3- Listado de empresas por ubicación.
  - **Diferencias:**
    - 1- Houzz se enfoca únicamente en servicios de construcción y adecuación del hogar.
    - 2- Houzz ofrece un listado de empresas que necesitará elección por parte del cliente tras una investigación previa al no poseer calificaciones por méritos.
    - 3- Houzz no ayuda a la gestión de citas entre empresas – clientes.
- 4- **Zaask:** Plataforma para contratar profesionales de diversos sectores como reformas, eventos, limpieza, coaching...
- **Servicios:**
    - 1- Sistema de opiniones y valoraciones.
    - 2- Guía de precios aproximados pre - presupuesto.
  - **Diferencias:**
    - 1- Zaask prioriza los proyectos personalizados y actividades muy concretas.
    - 2- Zaask requiere de bastante interacción con el cliente, incluida la coordinación con la empresa contratada.
    - 3- Nuestra plataforma busca automatizar estos procesos y priorizar la disponibilidad mediante el calendario interactivo.

## Diferencias principales

La mayoría de empresas de la competencia tienen una valoración media de 3 estrellas, con aproximadamente un 58.4% de valoraciones negativas referentes a los servicios y/o la complejidad de la página en cuestión.

Nuestra aplicación será de uso intuitivo y proporcionará la información justa y necesaria para que el cliente no tenga que realizar búsquedas externas para contratar un servicio.

Algunas de las empresas listadas tampoco disponen de app móvil, por lo que tendrían que realizar el proceso mediante el navegador.

## 7.- Plan de Marketing (Práctica 2) [\(↑\)](#)

Para el plan de marketing de nuestra empresa, utilizaremos el plan “Marketing-Mix”:

### 7.1.- Producto / Servicio

Para ofrecer nuestro servicio de manera atractiva a los clientes, trataremos de popularizar la **App móvil**, puesto que es más atractivo para los usuarios disponer de todos los servicios en su mano.

Bajo el eslogan de “Todas tus necesidades. Una app”, promocionaremos el conjunto de todos los servicios disponibles de manera clara y concisa. Se priorizará enfocar la característica principal en la facilidad y la visibilidad por mérito, para captar atención tanto de clientes particulares como de empresas que quieran formar parte de nuestro catálogo.

### 7.2.- Precio

En este apartado nos centraremos en el precio para las empresas de nuestro catálogo, enfocando la atención en el primer mes gratuito de prueba y en el escalado de precio según la facturación mensual generada a través de la plataforma.

Precios cerrados de:

- 1- Hasta 500€ de facturación gracias a nuestra app: 10€/mes.
- 2- Entre 501€ y 1.000€: 20€/mes.
- 3- Más de 1.000€: 30€/mes (máximo).

También resaltaremos los planes de publicidad para destacar en los resultados de búsqueda de los clientes (coste adicional entre 15€ y 30€/mes dependiendo del alcance).

Para finalizar, daremos a conocer el plus sobre citas con urgencia, donde las empresas ganarán un incentivo extra por priorizar el servicio.

### 7.3.- Promoción

Para la promoción de nuestra App, cubriremos varios sectores:

**1- Digital:**

- Publicidad en redes sociales (Instagram, LinkedIn, TikTok) con segmentación por ubicación y margen de edad (entre 20 y 65 años).
- Contratar “Influencers” en sectores como bricolaje o empresas conocidas.
- Google Ads con palabras clave relacionadas con servicios como “Fontanería”, “Mecánica”, “Albañilería”, etc.

**2- Tradicional:**

- Publicidad en folletos cubriendo áreas locales específicas por semana.
- Anuncios en principales cadenas de radio como “EuropaFM”, “Formula 30”, “40 Principales”. Puesto que estas cadenas son escuchadas en trayectos por autónomos o trabajadores en los principales tramos horarios (de 07:00h a 18:00h).

**3- Descuentos por referidos:**

- Empresas que refieran a otras obtendrán descuentos en su suscripción durante 1 mes.
- Clientes que recomiendan la plataforma a nuevos usuarios obtendrán créditos para futuras citas (ahorro en precio de urgencia).

## 7.4.- Distribución

La distribución de nuestra plataforma será 100% digital, con soporte presencial en grandes ciudades como Madrid o Barcelona.

En el ámbito Online, podrán encontrar nuestra app versión móvil y nuestra página web, donde podrán realizar las mismas funciones que en la app.

También proporcionaremos boletines publicitarios para empresas mediante correo electrónico a modo de fidelización.

## 8.- Plan de Producción (Práctica 2)

### 8.1.- Necesidades Físicas

Para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa, necesitaremos una oficina en Madrid para gestionar las operaciones nacionales. Adicionalmente, se abrirán sucursales de atención al cliente en las localidades de nuestros socios (Huelva, Sevilla, Málaga).

Para alojar nuestra plataforma, necesitaremos servidores en la nube con capacidad para manejar altas demandas de tráfico, a demás del desarrollo y mantenimiento de la app y la página web.

Necesitaremos equipamiento informático para la oficina principal y para los empleados iniciales (4 contemplados), incluidos ERP y CRM.

### 8.2.- Producción

Como único requisito por parte de producción, sería el desarrollo y mantenimiento continuo de la app móvil y la plataforma web, integrando pasarelas de pago seguras como PayPal.



## 9.- Plan Económico y Financiero (Práctica 2)

### 9.1.- Coste

Para desarrollar la App móvil y la plataforma web, necesitaremos una inversión de aproximadamente 25.000€, ya que la complejidad de la misma es elevada, puesto que debe implementar calendarios coordinados entre perfiles de usuario a nivel de empresa y de cliente, además de integración de plataformas de pago como PayPal.

También debemos contemplar que el desarrollo de la misma podría costar mucho más, pero como desarrolladores multiplataforma, podremos participar activamente en la creación de la app.

Debemos contemplar el coste de licencias como ERP y CRM, en este caso, pondremos de ejemplo a Odoo, con un precio de entre 11,90€ y 17,90€ por usuario.

Para los servidores locales, dispondremos de 3 “HPE ProLiant DL380 Gen10 Intel Xeon Silver 4210R”, con un precio de 4.838,97€ cada uno.

Para el Hosting de la plataforma web, contrataremos, inicialmente, con Cloud Hosting de “Hostinger”, con un precio de 29,99€/Mes, proporcionando adicionalmente almacenamiento en la nube mediante un plan de 48 meses.

En cuanto a la infraestructura física, necesitaremos una inversión de 800€/mes para un local físico en Madrid.

Como costes iniciales de publicidad, contaremos con 20.000€, repartidos entre publicidad en redes, contratación de influencer y anuncios en principales cadenas de radio.

#### 9.1.1.- Inversión inicial total

Contemplando los precios dados anteriormente, teniendo en cuenta a los 4 empleados con sus equipos y accesos al ERP, además de la publicidad, hosting y local, estaríamos hablando de unos 60.418,5€ de inversión inicial.

## 9.2.- Financiación

Para la financiación de la empresa, necesitaremos apoyo tanto de inversores, como de ayudas nacionales y crowdfunding.

En cuanto a la financiación propia, con apoyo de los socios activos, contaríamos con el apoyo de entidades bancarias, puesto que somos jóvenes trabajadores con ingresos fijos y ninguna deuda.

Existen planes de financiación como la “Línea ICO” de la Caixa o los “Fondos Next Generation EU” para financiar inversiones en países afectados por la pandemia del COVID-19.

En cuanto a las opciones de financiación a nivel europeo, disponemos de “Startup Europe”, destinada a la digitalización de aplicaciones que faciliten la interacción entre empresas y clientes.

Adicionalmente, contaremos con las plataformas “Kickstarter” y “Indiegogo”, para alojar el Crowdfunding de nuestro proyecto, permitiendo a personas de todo el mundo a participar con pequeñas donaciones.

## 10.- Plan de RRHH (Práctica 2)

Para llevar a buen puerto a nuestra empresa, necesitaremos personal especializado en los diferentes ámbitos que abarca la misma, desde el desarrollo de la app/web hasta personal encargado de gestionar la empresa.

Los puestos a cubrir serán los siguientes:

- 1- **CEO:** Gestión y supervisión general
- 2- **Desarrolladores Web/App:** Encargados de desarrollar, implementar y mantener las plataformas online.
- 3- **Responsable de Marketing:** Encargado de diseñar estrategias publicitarias y gestionar las redes sociales.
- 4- **Atención al cliente:** Encargados de resolución de problemas, gestión de cuentas y formación de usuarios.
- 5- **Comercial:** Encargado de contactar con empresas y clientes para ofrecer formar parte de nuestro catálogo. Ofrecerá un estudio personalizado de proyección de ingresos en los primeros 3 meses en función de la información recabada.

## 11.- Valoración Personal

La realización de esta práctica me ha llevado a rescatar una antigua idea de negocio y a darme el impulso que necesitaba para estudiar a fondo la viabilidad de la misma.

Gracias a la herramienta DAFO he podido comprobar que existe la posibilidad de que la plataforma sea viable, aunque también debo adquirir más conocimiento para afrontar todas las necesidades que surgirán durante la creación de la misma.

Con la herramienta de Autodiagnóstico, he podido pararme a pensar en mis puntos fuertes y en los que necesito mejorar, aportándome un enfoque positivo ante la posibilidad de afrontar nuevos desafíos empresariales.

## 12.- Bibliografía

### Grupo Studium

1. *Jorge Emilio Rodríguez Gutiérrez, Empresa e Iniciativa Emprendedora (Práctica Tema 1)*. Publicado en [Grupo Studium](#).

Recuperado:

[https://campustudium.com/pluginfile.php/2594/mod\\_resource/content/11/Tema%201%20-%20Iniciativa%20Emprendedora%20-%20Pr%C3%A1ctica.pdf](https://campustudium.com/pluginfile.php/2594/mod_resource/content/11/Tema%201%20-%20Iniciativa%20Emprendedora%20-%20Pr%C3%A1ctica.pdf)

Último acceso (30/10/2024).