**GUÍA PARA EL PROYECTO DE EMPRESA**

**1.-PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

**1.1. Idea de negocio (ud. 3)**

* **Formula tu idea emprendedora**. Para ello, se deberá describir el producto de la empresa, explicando la innovación o mejora que aporta.

**La idea base de nuestra empresa está basada en un renting de equipos, es decir, nosotros tenemos varios planes los cuales la gente hará un pago mensual por recibir nuestros servicios y nosotros les daremos el equipo según el plan de pago que decidan tomar. En este caso, la innovación es absoluta, ya que actualmente si haces uso de un ordenador, has de comprarlo previamente y pagar una gran suma de dinero para ello. Sin embargo, nosotros por un pago mensual les proporcionaremos un dispositivo el cual podrán usar hasta que se cancele la suscripción o se renueven los dispositivos nosotros tenemos varios planes los cuales la gente hará un pago mensual por recibir nuestros servicios y nosotros les daremos el equipo según el plan de pago que decidan tomar. En este caso, la innovación es absoluta, ya que actualmente si haces uso de un ordenador, has de comprarlo previamente y pagar una gran suma de dinero para ello. Sin embargo, nosotros por un pago mensual les proporcionaremos un dispositivo el cual podrán usar hasta que se cancele la suscripción o se renueven los dispositivos.nosotros tenemos varios planes los cuales la gente hará un pago mensual por recibir nuestros servicios y nosotros les daremos el equipo según el plan de pago que decidan tomar. En este caso, la innovación es absoluta, ya que actualmente si haces uso de un ordenador, has de comprarlo previamente y pagar una gran suma de dinero para ello. Sin embargo, nosotros por un pago mensual les proporcionaremos un dispositivo el cual podrán usar hasta que se cancele la suscripción o se renueven los dispositivos..**

**1.2. Objetivos de la empresa (uds. 1, 2 y 3)**

Misión visión y valores, objetivos a corto y largo plazo.

**Misión:**

**-Reducir la contaminación por desechos electrónicos.**

**-Reducir gastos económicos de los clientes a la hora de obtener nuevos equipos informáticos, que tal vez vayan a usar durante poco tiempo.**

**-Ofrecer una experiencia única en cuanto al renting de equipo informático.**

**-Ofrecer a nuestros clientes los mejores productos , el mejor servicio y las mejores soluciones con el mejor trato posible.**

**Visión:**

**Convertirnos en una empresa cercana a los consumidores llevando lo último en informática a todos los hogares.**

**Valores:**

**-Comprometidos con el medio ambiente: Tenemos el objetivo de reducir los desechos electrónicos en la zona que esté a nuestro alcance. Manteniendo y reusando equipos podemos reducir la huella ambiental de la electrónica, en conjunto.**

**-Comprometidos con el trabajador: Nos gusta que nos guste nuestro trabajo, por eso buscaremos compañeros que sientan la profesión, ya sea en atención al cliente, manteniendo equipos informáticos, o montando nuevos ordenadores para su nueva vida.**

**-Comprometidos con el cliente: Queremos ofrecerte la mejor experiencia que hayas tenido con el renting de ordenadores. Te invitamos a que investigues otros servicios y compares con el nuestro, así se notará más la diferencia. En nuestra mente está mantener tu experiencia actualizada y fresca, siempre con una mano extendida para la ayuda que necesites.**

**Objetivos a corto plazo:**

**-Conseguir una base de clientes estable y satisfecha.**

**-Conseguir influencia y publicidad en las redes sociales.**

**-Conseguir una buena imagen pública debido al compromiso para reducir la basura electrónica.**

**-Reducir el gasto electrónico en nuestra provincia.**

**Objetivos a largo plazo:**

**-Reducir el gasto electrónico en nuestro país.**

**-Reutilizar y reacondicionar ordenadores no funcionales para darles una nueva vida.**

**-Tener nuestra propia red de distribución.**

**1.3. Responsabilidad social corporativa**

**Señala el compromiso de tu empresa en relación con:**

* Contratación de colectivos desfavorecidos.
* Políticas de igualdad.
  + Medidas de conciliación de la vida personal y laboral.
  + Planes de formación y ayudas al estudio.
  + Existencia de un código ético de actuación con el cliente.
* Medidas de selección de proveedores basadas en la excelencia y también en la adecuada RSC de los propios proveedores.
* Libre competencia basada en criterios éticos y en la búsqueda de un beneficio social.
  + Medidas específicas de preservación del medio ambiente.
* Acciones concretas en el entorno específico en el que se encuentra la empresa: cooperación con ONG, medidas de apoyo a diversas instituciones locales.
* .Transparencia en la relación con terceros: accionistas, clientes, proveedores, medios de comunicación etc.
* Etc……………….

**Contratamos a cualquiera que pueda realizar cualquiera de las funciones que realizamos. ¿Sabes atender al cliente de una forma eficaz? Adelante. ¿Sabes montar un ordenador sin perder mucho el tiempo? Pasa. Mientras puedas sernos útil, y sobretodo, te guste realizar esta profesión, tendremos las puertas abiertas para ti.**

**Políticas de igualdad: Nosotros valoramos el trabajo y el conocimiento, por lo que, mientras demuestres que lo vales, no nos importa de dónde vengas y a dónde vayas. Buscamos compromiso y personas que tengan pasión por aprender.**

**Igual que valoramos tu trabajo, también te valoramos a tí. Como trabajadores, comprendemos la importancia de nuestra vida fuera de este. El trabajo en la empresa se divide entre todos, alcanzando así una mayor eficiencia y, lo que más queremos, terminar el día bien y volver a casa con la satisfacción del trabajo bien hecho.**

**Los nuevos empleados deberán superar un período de prueba en el que aprenderán y se formarán en las distintas tareas que realizamos. Si al cabo de dicho período, el nuevo trabajador no se ha adaptado a las condiciones de trabajo, será expulsado del proceso de selección.**

**Los trabajadores tendrán libertad de realizar estudios, pudiendo pedir una reducción de horario para ello.**

**A los clientes se les deberá tratar cordialmente, con respeto y amabilidad. El empleado deberá llevar su uniforme puesto (en caso de ser atención presencial), estando bien aseado y limpio, siempre y cuando sea posible. Al atender a un cliente no se deberán llevar gafas de sol, y no se comerá ni fumará en zonas visibles por los clientes. Fuera del trabajo, no se puede beber alcohol, fumar, ni realizar ninguna acción que pueda afectar a la imagen pública de la empresa con el uniforme de trabajo.**

**Debido a que nuestra empresa está comprometida con el medio ambiente, es necesario que nuestros proveedores también lo estén. Se seleccionarán proveedores que empleen tácticas para reducir el consumo de gasolina en el transporte, y sus materias provengan de zonas controladas y limpias. Por supuesto, se ha de encontrar un equilibrio entre dicha RSC del proveedor y la calidad de los productos que ofrece.**

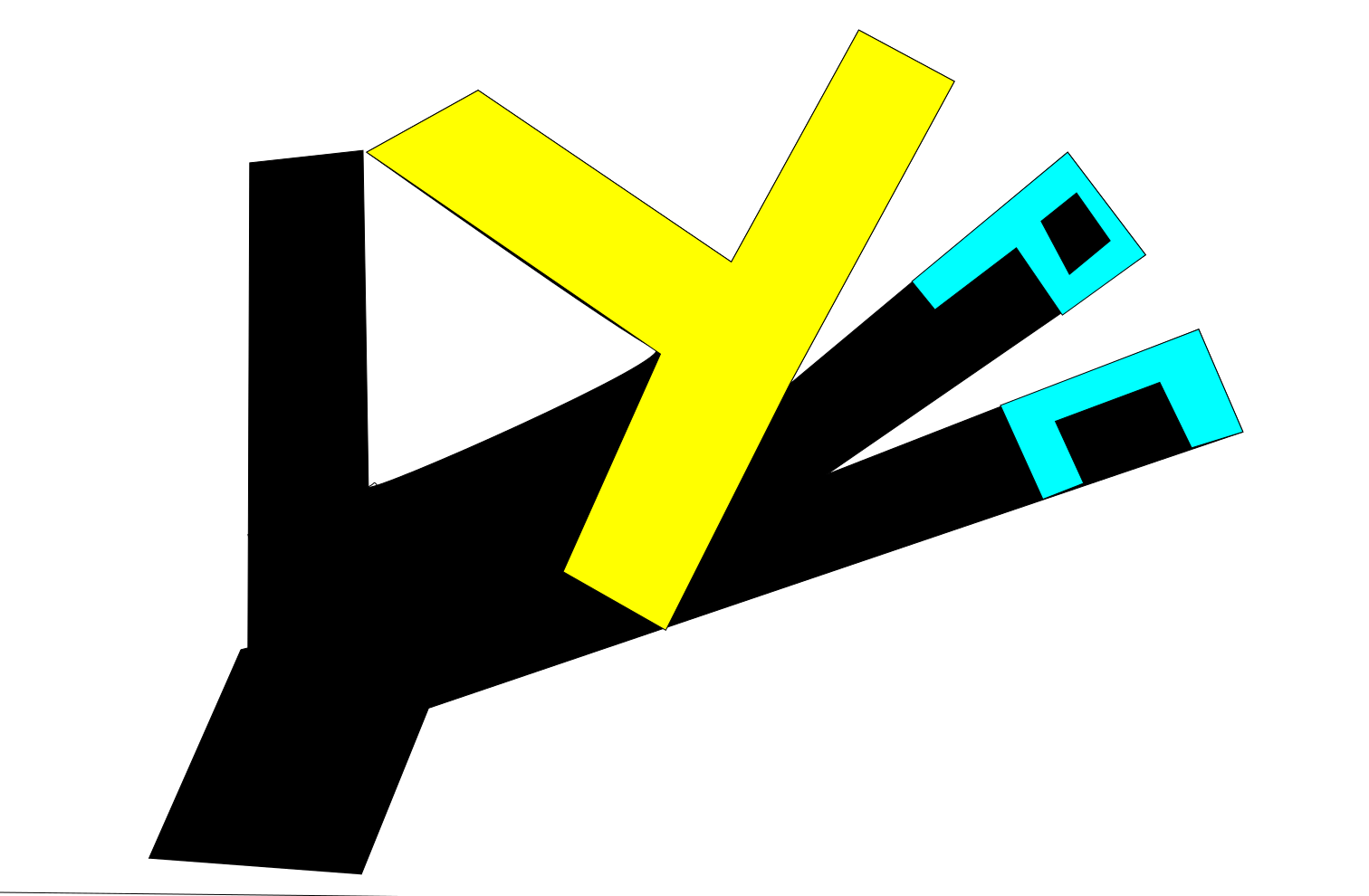
**Nuestra empresa se va a centrar en reducir el gasto de tecnologías, dándole varias vidas a un mismo equipo. Esto en sí es una medida para la preservación del medio ambiente, ya que estamos reutilizando un equipo varias veces.Fuera del trabajo, no se puede beber alcohol, fumar, ni realizar ninguna acción que pueda afectar a la imagen pública de la empresa. Además, reacondicionamos equipos desechados para aprovechar los componentes que puedan ser reutilizables, y reciclar los componentes que ya no puedan servir su utilidad. En cuanto al envoltorio de nuestros productos, usaremos cartón reciclado, sin utilizar plástico para la protección del producto. Los productos que necesiten de montaje llevarán los materiales necesarios para realizar el montaje sin malgastar tornillos, tacos, etc. Por supuesto, los clientes tendrán la opción de que nosotros realicemos el montaje de su equipo in situ.**

**Debido a que la propia función de nuestra empresa requiere que los productos sean reparables y mantenidos, realizaremos colaboraciones con eventos relacionados con el movimiento Right to Repair. En este movimiento podemos encontrar varias fundaciones u ONGs, como por ejemplo The Repair Association (repair.org).**

**Nuestro compromiso con la sociedad es importante para nosotros, por eso tendremos una transparencia total con nuestro entorno. Nuestros éxitos y nuestros fracasos son los que nos ayudan a mejorar, y abriendo esta parte de nuestra empresa al mundo podremos tener una idea mejor sobre cómo debemos progresar para llegar aún más lejos.**

**1.4. Nombre comercial, y logotipo (uds. 3 y 5)**

Descripción del nombre comercial, y logotipo de la empresa:

**EASY//PC**

****

**1.5. Presentación de los promotores (ud. 1)**

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 muestran habilidades emprendedoras.

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.

**Promotor 1: Rafael Martín Ruiz**

**Ciclo de desarrollo de aplicaciones multiplataforma terminado. Conocimientos de programación en Java, C, C# y C++. 22 meses de experiencia trabajando como programador en Ayesa AT y una formación básica de cara al público al haber trabajado como vendedor de seguros en NorteHispana.. También participó en el plan de alumnos mediadores. Conocimientos de inglés, con título certificado de Cambridge en el nivel B2. Carnet de conducir tipo B. Organizado, responsable y ambicioso, con muchas ganas de trabajar y triunfar en el mundo empresarial.**

**Promotor 2: Juan Fco Hernández Domínguez**

**Ciclo Formativo de Grado Superior de Desarrollo de Aplicaciones Multiplataformas terminado. Conocimientos de programación en Java, C, C# y Python. Conocimientos de inglés, con títulos certificados de B1 y B2. Carnet de conducir tipo B. Es una persona seria y muy sociable, por ello mismo, el trabajo en equipo es una de sus mejores facetas.**

**Promotor 3: David Bernal Navarrete**

**Ciclo formativo de Grado Superior de Desarrollo de aplicaciones multiplataforma completado. Conocimientos de programación, programación orientada a objetos y programación orientada a eventos. Conocimientos de análisis de datos. Fluidez en Java, Python, C#, HTML y CSS. Nivel avanzado de Inglés (oral y escrito). Cuatro meses de experiencia en el departamento de Admisiones del parque de Isla Mágica. Carnet de conducir tipo B. Curioso y creativo, saca ideas de debajo de las piedras y puede encontrar la solución necesaria en el momento adecuado. Es sociable y le encanta la atención al cliente, pero no por ello deja de gustarle trastear con ordenadores. Es resistente a la frustración y el estrés, mantiene la calma y la organización en momentos críticos.**

**Promotor 4: Antonio Manuel Carrasco el Rojo**

**Ciclo formativo de Grado Superior de Desarrollo de aplicaciones multiplataforma completado. Conocimientos de programación en lenguajes como Java, C, C#, Python y SQL. Nivel medio de inglés tanto oral como escrito. Carnet de conducir A, A1, A2, AM y B. Además tiene tanto coche como moto como medios de transporte. Experiencia laboral amplia para su edad, conocimientos en oficios metalúrgicos, albañilería, dependiente de gasolinera, operario de servicio de comida rápida (Burger King), sillero y organizador/controlador de grandes eventos como son la Semana Santa y la Feria de Sevilla. Sabe manejarse en situaciones de gran estrés y transmitir calma a los compañeros de trabajo. Tiene una buena habilidad para organizar la logística y el control de stock de productos, heredado de sus anteriores puestos de trabajo.**

**1.6. Localización (ud 2)**

1. Dónde se ubicará concretamente la empresa, adjuntando un plano real de la zona.

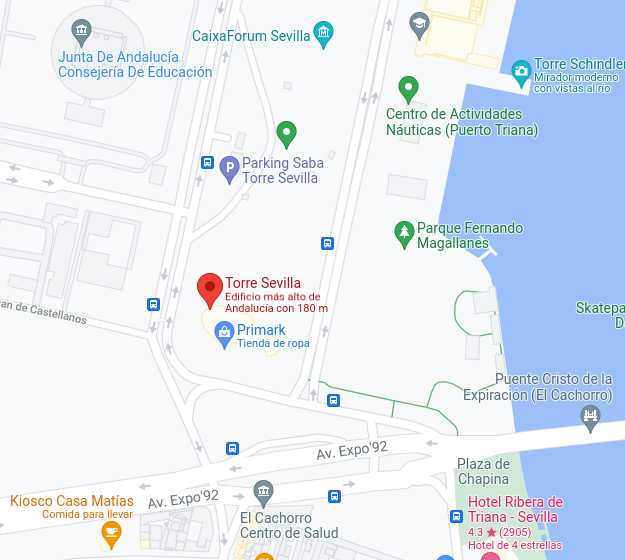
**El negocio estará dividido en dos partes:**

**Una centrada en la atención al cliente, en el Centro comercial Torre Sevilla. Con unos escasos 25 metros cuadrados sería suficiente.**

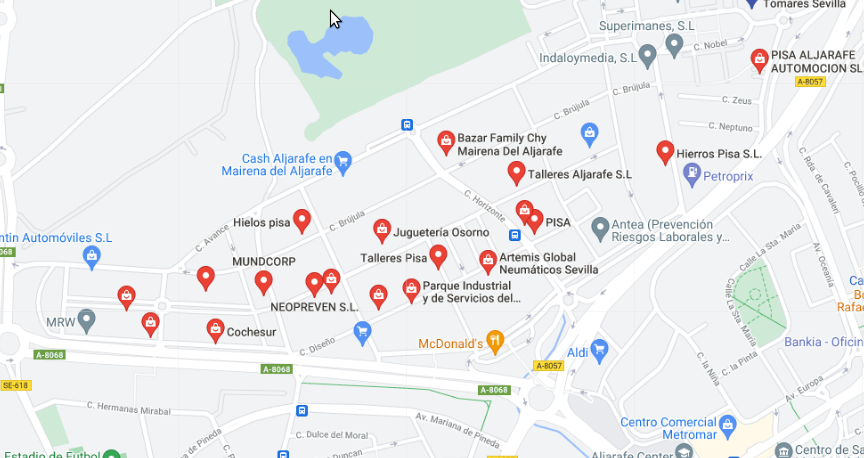
**La otra sería un local en el polígono industrial PISA (Mairena del Aljarafe), en el que se almacenarán los equipos y se realizarán el mantenimiento y las reparaciones, con un tamaño de 90 m2.**

**En el local de Torre Sevilla se tendrá stock limitado para ventas a demanda.**

**Centro comercial Torre Sevilla:**

****

**Polígono Industrial Pisa:**

****

1. Por qué se ha escogido ese sitio. Ventajas e inconvenientes del lugar elegido: cercanía a los proveedores, a las materias primas, a los clientes, precios de los locales, etc.

**Local de cara al público situado en Torre Sevilla (Sevilla):**

**Localizado en pleno centro, con una gran visibilidad y afluencia de clientes potenciales. El estar en un centro comercial tan frecuentado nos da una mayor facilidad para captar la atención de curiosos y con ello ganar clientes. Fácil acceso con mucho aparcamiento, tanto para los clientes como para los trabajadores. Existen muchas maneras de llegar al centro comercial usando solo el transporte público. Zonas de carga y descarga cercanas.**

**Como desventajas podríamos decir que el precio por metro cuadrado es muy elevado, pero pensamos que todas las ventajas que nos aporta el hecho de tener un local en este lugar son superiores. Por ello decidimos que nos salía muy poco rentable alquilar mucho espacio en esta zona y usarla para todo como único local, pero si nos sale rentable el alquilar un pequeño local de 25 metros para tenerlo de cara al público en un lugar tan frecuentado como este y aparte alquilar otro local espacioso en otra zona con un precio por metro más bajo donde desarrollar todas las actividades que no son cara al público.**

| **VENTAJAS** | **INCONVENIENTES** |
| --- | --- |
| **+VISIBILIDAD**  **+SITUACIÓN**  **+FÁCIL ACCESO** | **-PRECIO ALQUILER ELEVADO**  **-ESPACIO LIMITADO** |

**Local de almacenamiento situado en el Polígono Pisa (Mairena):**

**Localizado en un pueblo del aljarafe cerca de la sede de cara al público, con un fácil acceso y aparcamiento suficiente para trabajadores. Este lugar será único para trabajadores, ya que las tareas realizadas serán el mantenimiento y el almacenamiento de los dispositivos que la empresa controla.**

**Al encontrarnos en un polígono industrial, tenemos a nuestro alcance a muchos proveedores (herramientas, equipamiento, ...) y sitios donde podremos solucionar los posibles futuros problemas que nos podamos encontrar. Además de esto, el polígono cuenta con videovigilancia, guardias de seguridad y tanto la policía nacional como la guardia civil tienen cuarteles muy cercanos, por lo que la seguridad que nos aporta este lugar para almacenar nuestros equipos es un plus con el que debemos de contar.**

| **VENTAJAS** | **INCONVENIENTES** |
| --- | --- |
| **+PRECIO ALQUILER MUY BAJO**  **+SEGURIDAD**  **+CERCANÍA A PROVEEDORES** | **-NECESIDAD DE ACONDICIONAMIENTO.** |

1. Precio aproximado de alquiler/compra o, en su caso, de la página web.

**15€ por metro cuadrado y mes el alquiler de Torre Sevilla. Hemos pensado en 25 metros cuadrados, haciendo un total de 375€ al mes para la sede de cara al público.**

**5€ por metro cuadrado y mes de alquiler de Polígono Pisa. Hemos pensado en 90 metros cuadrados, haciendo un total de 450€ al mes para el almacén.**

**En total, sería un gasto de 825€ mensuales en alquiler.**

**La distribución del local de Torre Sevilla será la siguiente:**

* **5 m2 para el aseo del personal.**
* **7 m2 para la recepción.**
* **3 m2 para el almacén de stock.**
* **10 m2 para el despacho del empleado, que a su vez servirá para atender a los clientes en una zona privada.**

**La distribución del local en el Polígono Pisa será la siguiente:**

* **25 m2 almacén de stock y partes.**
* **10 m2 recepción del almacén (recogida y entrega de equipos).**
* **40 m2 taller de reparación, mantenimiento y ensamblaje.**
* **5 m2 aseo para el personal.**
* **10 m2 para un despacho del personal.**

**Por otro lado, haremos uso de Arsys, empresa que nos proporcionará los elementos necesarios para crear nuestra página web. Además, esta empresa proporciona varios tipos de dominios, en nuestro caso usaremos el “.es”, ya que nos centraremos en una empresa nacional. Este tendrá un costo de 10€ al año por hacer uso de sus servicios.**

**2.-ESTUDIO DE MERCADO (entorno específico del sector ) (este apartado no se refiere a tu producto, tu clientela, tus proveedores… sino al producto, clientes, proveedores… del mercado al que se incorporará tu empresa)**

En este apartado el alumno realizará un estudio de mercado y de acuerdo con él describe el entorno específico del sector al que se incorpora su empresa:

**¿Objeto/Producto/Servicio de nuestro sector?**

Equipamiento informático: renting, venta, mantenimiento y reparación de ellos..

**¿Cuál es la edad del cliente medio del mercado?**

La edad del cliente medio del sector informático se encuentra entre los 24 y 35 años.

**¿Cuál es la situación laboral del cliente medio del mercado?**

Activa en el momento de la compra.

**¿Cuál es el momento en el que se venden más productos?**

Eventos especiales como Black Friday, CiberMonday, ...

**¿Cuál es el momento en el que se venden menos productos?**

Cuando son tiempos donde no existen ofertas y descuentos económicos interesantes.

**¿Hay alguna variación de la edad del cliente medio a lo largo del año?**

En principio no.

**¿De qué tipo de gama de producto se vende más en el mercado?**

**¿Cuánto está dispuesto un cliente a gastar en un ordenador de gama alta?**

Para tener un ordenador de gama alta, el cliente ya sabe que va a desembolsar una cantidad muy importante de dinero, por lo que el cliente por norma general gastará todo lo que sea necesario (obviamente sin precios desorbitados) para tener el equipo con las mejores prestaciones.

**¿Cuánto está dispuesto un cliente a gastar en un ordenador de gama media?**

Un cliente que desea tener un ordenador de gama media, desea tener un buen ordenador en relación calidad precio. Busca lo más económico pero no dejará de lado las prestaciones que necesitará el ordenador para las tareas que tiene pensadas para él. Es decir, se dejará una buena cantidad de dinero pero no una cosa desorbitada, ya que cuando tenga un ordenador que cumpla las prestaciones que necesite para las tareas que quiera realizar, no necesitará más, por tanto no pagará más.

**¿Cuánto está dispuesto un cliente a gastar en un ordenador de gama baja?**

**¿Cada cuánto tiempo cambia un cliente de ordenador?**

Como regla general, un ordenador suele tener una esperanza de vida de 3 años, puesto que anualmente salen a mercado nuevas tecnologías y acaban dejando obsoletas a las anteriores.

**¿Qué busca un cliente en un ordenador para decidir adquirirlo?**

Que el dispositivo cumpla con sus requisitos a la hora del uso y que el precio que paguen sea correspondido dando lo mejor posible por ese precio.

**¿Cuáles son las piezas que más se dañan del producto?**

Estos sería los periféricos, ya que son los que se exponen al cliente, es decir, son los que más contacto tienen con el cliente y por consecuencia los que más probabilidad tienen de sufrir un mayor desgaste.

**¿Cuál es la parte de la distribución del producto que resulta más compleja para la empresa?**

En nuestro caso, la parte más difícil es adecuar el requisito del cliente al stock del que disponemos.

**EL sector**

* Descripción del sector en el que interactúa nuestra empresa (barreras de entrada/salida… acudir a fuentes de información secundaria..) .
* Evolución y tendencia del mismo: evolución del consumo y perspectivas generales del sector acudir a fuentes de información secundaria..) .
* ¿Se consume igual todo el año o es estacional? acudir a fuentes de información secundaria..) .

**El sector de la informática está en constante evolución. La tecnología se actualiza día a día, y la mayoría de la gente no puede permitirse estar a la última constantemente. El encarecimiento de los componentes también hace que la compra de ordenadores sea una opción menos atractiva y accesible para el público general.**

**Hay mucha demanda de ordenadores, ya que casi todo hoy en día está informatizado. Hoy en día, casi todo lo que hacemos tiene relación con la informática, por lo que es un sector con mucha actividad y muchas oportunidades de negocio.**

**Las temporadas en las que la venta de equipos informáticos aumenta son tres: al inicio de curso (septiembre), en las vísperas de navidad (diciembre), y en vísperas del verano (mayo/junio). Sin embargo, las ventas suelen ser más estables a lo largo del año que en otros sectores.**

**Consumidores**

* ¿Quiénes consumen estos bienes o servicios ? ¿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?
* *¿Cuáles son las necesidades, demandas o exigencias del cliente?*
* ¿Quiénes compran?, ¿quién decide la compra? (puede darse el caso de que lo consuman los menores de edad, pero lo compren los padres). Frecuencia de la compra.
* *¿Cuánto están dispuestos a pagar por el producto?*
* Punto de venta: ¿qué suelen valoran estos clientes respecto al lugar de compra?, ¿en qué puede influir que el producto se venda en un establecimiento u otro?, ¿cambian con frecuencia de establecimiento?
* ¿Influyen las marcas a la hora de comprar el producto?

**Los artículos de informática van dirigidos a un público global, ya que casi todo el mundo usa ordenadores ya sea para trabajar, comunicarse o para divertirse. Cada ordenador además suele estar personalizado según las necesidades del cliente.**

**Una de las necesidades más importantes para los clientes es la capacidad de conectarse a internet. Aparte de eso, que el ordenador tenga potencia suficiente para arrancar de manera fluida los programas que quieran utilizar.**

**Los ordenadores los compran tanto familias pensando en tener un ordenador compartido, como las grandes empresas que necesitan ordenadores para llevar a cabo sus actividades, pasando por los estudiantes, jóvenes y los aficionados a la informática.**

**Normalmente, la gente está dispuesta a pagar lo mínimo, pero hay algunos clientes potenciales cuya capacidad adquisitiva les permite pagar cifras desorbitadas por productos con el precio inflado.**

**Generalmente, la compra de ordenadores se realiza por internet. En general, hay algunas tiendas de informática que se mantienen con una tienda física, pero cada vez es menos común. Sin embargo, se valora la atención personalizada que pueden recibir al tener acceso a una tienda física, así como comprobar de primera mano el producto que desean adquirir.**

**Hay algunas marcas más conocidas en el sector de la informática, pero a la hora de montar un ordenador no suele ser todo de la misma marca. Aún así, marcas como Intel, AMD, Corsair y Logitech suelen tener un grupo de seguidores fieles que les dan buena prensa.**

**El producto**

* Descripción del bien o servicio y necesidades que cubre,

**Nuestro servicio cubrirá la reparación de un dispositivo si este ha sido afectado por algún medio no humano, es decir, nos comprometemos a que si el ordenador tiene fallos, nosotros los arreglaremos, al igual que el cliente ha de tratar bien los productos. Si esto último no fuese presente, la empresa hará la reparación con un cobro de los daños causados a los dispositivos.**

* Productos sustitutivos:

¿Qué otros bienes o servicios atienden a la misma necesidad ?

**Otros dispositivos que cubren las necesidades que nosotros presentamos, serían los ordenadores portátiles.**

¿Qué ventajas e inconvenientes tienen en comparación?

**La primordial ventajas de estos sobre nuestro producto es el fácil transporte del dispositivo y la posibilidad de utilizarlos en cualquier parte debido a que hacen usos de baterías y no de fuentes que alimentan de energía los componentes del equipo.**

**Sin embargo, esto también trae sus desventajas, como el almacenamiento limitado que tienen los portátiles en comparación con los ordenadores de sobremesa. Por otro lado, podemos comparar la potencia que tiene un ordenador de sobremesa con un portátil, ya sea destinado al gaming (faceta donde más suelen ser beneficiados los ordenadores de sobremesa frente a los portátiles) o a la ofimática.**

* Productos complementarios:

Descripción de los productos complementarios, analizando cómo pueden influir sobre la demanda del producto (¿un cambio en el precio del producto complementario, podría influir en la cantidad que se compre del mismo?).

**El principal producto complementario serían los servicios de Wi-Fi que ofrecen las compañías, ya que nuestros dispositivos se pueden usar sin necesidad de internet, sin embargo, actualmente la red es algo muy necesario en el ámbito informático y en el de los videojuegos. En nuestro caso, si nuestro producto complementario se encarece, sufriremos pérdidas en ventas, sin embargo, es algo que a día de hoy es necesario. Esto se puede comprobar según la media de dispositivos Wi-Fi que hay por vivienda en España (95,3% según www.publico.es).**

* ¿Qué es lo que más valoran los clientes del producto? (acudir a encuesta/experimentos…y fuentes de información secundarias)

**Ofrecemos un alquiler con opción de compra de ordenadores y material informático. Mucha gente es reacia a hacer un gran gasto repentino para adquirir un ordenador nuevo. Nosotros ofrecemos una opción que supone un gasto menos repentino y más controlado, así como servicios de mantenimiento para el material arrendado.**

**Producto sustitutivo: Tablets, netbooks, dispositivos móviles**

**Venta de ordenadores.**

* **Ventajas:**
  + **Adquisición directa.**
* **Desventajas:**
  + **Costo alto y repentino.**
  + **Posibilidad de quedar obsoleto rápidamente.**
  + **Actualizaciones costosas.**

**Productos complementarios:**

* **Programas informáticos. Cuando algún programa se pone de moda, cambian las características buscadas en los ordenadores para poder ejecutar los mismos, o la necesidad del cliente de adquirir un ordenador compatible.**
* **Dispositivos USB o conectados al ordenador. La posibilidad de conectar algo como un calefactor o un ventilador y que funciona enchufado al ordenador puede servir para hacer más atractivo el tener un ordenador, al tener más posibilidades.**

**Posibles preguntas para la realización de una encuesta:**

* **¿Qué característica valoras más en un ordenador de sobremesa?**
* **¿Qué característica valoras más en un ordenador portátil?**
* **En el caso de poder modificar un ratón a tu gusto, ¿qué le añadirías/modificarías?**
* **En el caso de poder modificar un teclado a tu gusto, ¿qué le añadirías/modificarías?**
* **¿Qué es lo que buscas al comprar un monitor nuevo?**
* **¿Hay algún accesorio complementario que te llamaría la atención tener? (Algo como un ventilador USB, unos guantes que calientan tus manos al conectarlos por USB, etc. Puedes ponerte creativo/a):**

**La competencia (ud.3)**

Enumera las principales empresas competidoras, indicando su tamaño, cuota de mercado, estrategias comerciales, el tiempo que llevan en el mercado, y toda aquella información de interés, que se pueda obtener del tipo:

* ¿Qué características particulares destacan en los productos de la competencia: Su calidad, su utilidad, su elegancia...?, ¿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.?
* ¿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?

**Las principales empresas dedicadas al renting de ordenadores son: Renting PC, Tecno-Renting y Social Lovers.**

* **Renting PC: ofrece servicio tanto a particulares como a empresas. Alquileres durante 36 meses, con la opción de comprar el equipo por el precio de 2 cuotas más.**
* **Tecno-Renting: ofrece una venta a plazos de tecnología. No es un renting, pero es muy similar al fraccionar el pago de los equipos adquiridos.**
* **Social Lovers: ofrecen renting de ordenadores a particulares y empresas, así como renting para eventos. Tiene un gran rango de opciones donde elegir. Funcionan solo en Sevilla.**

**Los proveedores (ud.3)**

* ¿Quiénes **pueden** ser mis proveedores? Busca en internet, empresas que vendan los productos que necesita tu empresa para funcionar, ¿venden también a vuestros competidores?

**Microkernel, Ingram micro, Acros informática, Infortisa. También venden a nuestros competidores (probablemente?).**

* La calidad de lo que se compra a los proveedores,influye en el producto o servicio final?, ¿mucho o poco?

**Desde luego, en nuestra empresa buscaremos siempre lo que más rentabilidad saque, pero cumpliendo con unos estándares de calidad. Por lo que siempre brindaremos una calidad igual o superior al precio que se pague.**

* ¿Qué condiciones de pago suelen pedir?, ¿tiene importancia en este negocio realizar un volumen de pedidos considerable para obtener descuentos a cambio?

**Los pagos han de realizarse cuando el proveedor los requiera en el acuerdo debidamente acordado previamente entre la empresa y estos. Por otro lado, ciertos proveedores hacen ofertas por comprar en cantidad, cosa que puede llegar a ser útil en nuestra empresa a lo hora de iniciar esta para proveer a los clientes los equipos o también si quisiéramos renovar estos equipos. Sin embargo, puede que tras el arranque de la empresa, no sean necesarias compras en gran cantidad.**

**matriz DAFO (uds. 2 y 3). Aquí el alumno, por un lado, sintetiza el apartado anterior(análisis externo) y, por otro, realiza y sintetiza un análisis interno.**

| **MATRIZ DAFO** | | |
| --- | --- | --- |
| **Análisis interno** | **F=Fortalezas**  **Poca competencia o competencia limitada.**  **Empresa visible, gracias a su localización.**  **Base grande de posibles clientes.** | **D= Debilidades**  **Desorganización que desencadene un mal funcionamiento de la empresa.**  **No poder asistir a todos los clientes con un buen mantenimiento y servicio al cliente, en el caso en el que la clientela aumente de forma no prevista.** |
| **Análisis externo** | **O=Oportunidades**  **Crecimiento de popularidad de juegos en PC.**  **Facilidad de obtención de periféricos y equipos informáticos de forma temporal.**  **El mundo de la informática está en crecimiento y expansión.** | **A=Amenazas**  **La existencia de una empresa anterior a la nuestra y en nuestra misma ciudad.**  **La falta de clientela, o desconfianza de la misma..** |

**3. PLAN DE MARKETING o PLAN COMERCIAL**

**3.1. El producto**

Describe la gama de productos que ofrece tu empresa indicando su función básica, sus características técnicas (composición, modo de fabricación…), su forma de presentación (envase, embalaje, etiquetado, marca …), características estéticas, aspecto externo o diseño, y los servicios conexos (servicio posventa, garantía, asistencia técnica, instalación, entrega a domicilio, mantenimiento, financiación etc)

**Nuestra empresa va a ofrecer los siguientes productos:**

* **Ordenadores de sobremesa para cubrir un espectro amplio de necesidades.**
* **Periféricos para acompañar a dichos ordenadores de sobremesa.**
* **(Posiblemente) Portátiles para cubrir un espectro de necesidades.**

**Nuestra empresa va a ofrecer los siguientes servicios:**

* **Mantenimiento de equipos a domicilio y en la tienda.**
* **Reparación de equipos informáticos (tanto ordenadores como periféricos).**
* **Atención al cliente, asistencia técnica.**

**En el caso de los ordenadores de sobremesa, realizaremos la compra de los componentes. Los portátiles sí que se venderán tal y como vienen de fábrica, con la posibilidad de realizar algunas modificaciones técnicas.**

**Los productos más tentadores se mostrarán en nuestro local en Torre Sevilla, incluyendo los periféricos. Ya que la intención es usar el nombre de los componentes de los ordenadores para atraer la atención de los clientes, se mostrarán en el local de Torre Sevilla a modo de escaparate. Los servicios de mantenimiento y reparación se recalcan una vez se tenga contacto con el cliente.**

**3.2. Precio (ud. 4 y 7)**

- Fija tu precio y compáralo 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.)…

- Indica las estrategias de precios que vas a seguir (descremación, penetración, descuentos, etc.).

**Tendremos distintos planes para el alquiler de equipos:**

* **Plan Oficina: Incluye un equipo de oficina, ratón, teclado y monitor. Lo básico para poder realizar tareas en el ordenador. Con un rango de coste entre 25 a 40 € al mes.**
* **Plan EcoGaming: Opción con mejor relación calidad/precio. Incluye un ordenador optimizado para los juegos más famosos, incluyendo periféricos escogidos a mano para dichos juegos. Con un precio aproximado del equipo de 900-1100€ (700 ordenador, resto periféricos), tendría un coste mensual entre 75 y 100€.**
* **Plan Premium Gaming: Es la opción la segunda opción más cara. Debido a que el coste del equipo sumaría unos 1700 € (1300 el ordenador, 400 los periféricos) aproximadamente, su coste mensual sería entre 125 a 200 € mensuales.**
* **Plan Extreme Gaming: Es la opción más cara sin tener en cuenta la posibilidad de ensamblar ordenadores personalizados. El coste de todos los componentes supera los 2200 € (1700€ el ordenador, 500 los periféricos). Este plan está ideado para esas personas que quieren tener los componentes con mejor rendimiento del mercado. Aproximadamente, el coste mensual de este plan rondaría los 250/300 € mensuales.**

**Todos estos planes tienen un precio modificable, puesto que puede que un cliente no requiera de todos los periféricos, o solo quiera los periféricos, o lo quiera todo. Por esto, dichos planes tendrán versiones no completas, con un precio reducido, incluyendo aún así el mantenimiento del equipo y posibles ofertas en la reparación de equipo que ya posean si acuden a nosotros.**

**3.3. La distribución**

Específica:

· Los canales de distribución a utilizar y la política de incentivos a intermediarios.

· Describe, en su caso, la composición del equipo de ventas.

**Tendremos dos canales distintos de distribución:**

* **Tienda física: en esta se atenderán las reparaciones, ventas y ayudas que requieran los clientes.**
* **Almacén: desde el almacén se llevarán equipos para tener stock en la tienda física o llevar los equipos directamente a los clientes que hayan solicitado la entrega y montaje a domicilio.**
* **En el caso de enviar un equipo más allá de nuestro alcance, se podría utilizar algún servicio de envío a domicilio, usando Correos o UPS por ejemplo.**
* **En cuanto a los pedidos a domicilio, estos se harán mediante nuestra página web (www.EZPC.es).**

**El equipo de ventas tendrá la siguiente composición:**

* **En la tienda física siempre habrá 1 persona, destinada a la atención al cliente, atendiendo y gestionando peticiones de reparación, mantenimiento y alquiler.**
* **El resto estará dividido entre el almacén, realizando operaciones de mantenimiento, ensamblaje y reparación; y llevando los equipos a los domicilios, realizando el montaje del equipo a domicilio.**
* **Además, habrá una persona que sea la que controle los pedidos a domicilio, para informar de su montaje a los demás empleados, y añadir los datos a la base de datos que la empresa tenga.**

**3.4. Promoción**

En este apartado hay que elaborar un plan de promoción que ayude a aumentar las ventas del producto y a proyectar una adecuada imagen corporativa de la empresa, o sea, indicar las actividades promocionales a realizar, teniendo muy presente tu cliente potencial.

¿Qué actividades promocionales puedo realizar?

— 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.

**En nuestra empresa se realizará primordialmente la publicidad mediante la promoción de nuestra página web, dando así a conocer sus promociones, y demás ofertas. Para promocionar nuestra página web, usaremos tanto el mailing como el uso de redes sociales, es decir, a través de nuestros perfiles en redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, etc...), daremos a conocer la identidad de EasyPC.**

— Merchandising: ¿puedo realizar algún tipo de acción en el punto de venta?

**Promoción de la sede al público mediante una persona que da la información de la dirección de la tienda mediante el uso de una flecha con el logo de la empresa.**

— Fidelización: ¿puedo crear algún sistema de incentivos para clientes habituales?

**Si, mediante rebajas porcentuales dependiendo de cuánto tiempo llevan requiriendo nuestros servicios. Además, de posibilidad de sorteos entre los suscriptores de los planes, que incluyan lotes de productos o descuentos en compras.**

— Promoción de ventas: ¿qué puedo hacer especialmente en el momento inicial para aumentar mis ventas?

**Realizaremos una promoción de apertura, dónde durante un tiempo limitado, nuestros servicios se realizarán por un precio menor al indicado.**

— 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?

**El envasado y el empaquetado de nuestros envíos se hará con material reutilizable, el cuál podrá ser reciclado para un nuevo uso. Además, los vehículos de transporte serán eléctricos, para una menor contaminación en nuestra atmósfera. Por otro lado, para crear ordenadores restauraremos piezas de otros ordenadores, dejándolas como nuevas sin que afecte al rendimiento del dispositivo, y así evitando el desuso temprano de componentes cuyo uso de vida puede seguir en activo.**

Además de elegir unas actividades promocionales concretas deberás especificar:

● Si se llevarán a cabo por la empresa o por un tercero.

● Costes de cada una de las actividades promocionales a realizar. (No olvides incluir estos costes en el apartado 7 destinado a los costes)

**Promoción de apertura: 10% de descuento al contratar nuestros servicios durante los 3 primeros meses desde la apertura.**

**Descuento por duración del alquiler: 5% de descuento al contratar 2 años, 10% al contratar 3 años.**

**4.ÁREA JURÍDICA/**

**4.1. Forma jurídica de la empresa (ud. 5)**

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.

**Sociedad Limitada Nueva Empresa.**

**Se ha elegido por necesitar un capital mínimo bajo (3000 €), la posibilidad de aplazar los pagos de varios impuestos (sin necesidad de ofrecer garantías), la facilidad de constitución (telemáticamente y con un solo documento), y la posibilidad de abrir una cuenta ahorro de la empresa.**

**En cuanto a los inconvenientes, tenemos que tener en cuenta que los socios tienen que ser personas físicas, lo cual no nos afecta realmente. A parte, el capital máximo es de 120.000€, lo cual, en la constitución de la empresa, no nos afecta en absoluto.**

**En conclusión, en el momento de la constitución de la empresa, una SLNE es la mejor opción que tenemos, puesto que nos facilita mucho el trabajo de la constitución y nos permite centrarnos en desarrollar el trabajo de la empresa.**

**4.2. La organización de la prevención de riesgos laborales (ud. 5)**

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

* 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.
* El número de trabajadores de la empresa.
* La formación de los socios en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

**Además, en el mantenimiento y reparación de de equipos informáticos, al soldar, se generan gases de óxido de plomo, entre otros. Estos gases pueden provocar problemas respiratorios a los trabajadores, por lo que este riesgo también se tendrá en cuenta.**

**El número de trabajadores de la empresa será de entre 4 y 10 trabajadores.**

**En cuanto a los riesgos eléctricos de baja tensión, los trabajadores deberán tener conocimientos suficientes para evitar causar accidentes al tratar con aparatos eléctricos. Además, las instalaciones tendrán varios sistemas para proteger a los trabajadores de descargas eléctricas.**

**En cuanto a los gases generados por el uso de las herramientas, se usarán extractores en las estaciones de trabajo, con consiguiente filtración de los gases y expulsión al exterior.**

**4.3. Protección legal (ud. 5)**

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

| **PROTECCIÓN LEGAL** |
| --- |
| **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.  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. |
|  |
| **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 |
| **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.  La posesión de una patente confiere a su titular una ventaja competitiva frente a sus competidores. |
| **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**  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.   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. |

.

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

**5.ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS (ud. 6)**

1.- 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

**Modelo adhocrático, no tiene organigrama.**

2.- Descripción de cada uno de los **puestos de trabajo**, detallando formación y experiencia que requiere cada puesto de trabajo, funciones o tareas que tendrán asignadas… y quién estará al frente de cada puesto: socio o trabajador por cuenta ajena.

| **Descripción del puesto** | **Perfil profesional** | **Persona encargada y condiciones laborales** |
| --- | --- | --- |
| **Denominación:**Contable financiero  **Departamento**: Administración  **Responsabilidades, funciones o** :t**areas a realizar:** llevar la contabilidad de la empresa; pago de impuestos; búsqueda de subvenciones | **Formación y titulación:** Técnico Superior en Administración y Finanzas  **Conocimientos específicos:** PGC  **Experiencia profesional:**  6 meses, se valorará FCT  **Habilidades profesionales:**  Una persona analítica, resolutiva y atenta al detalle  **Actitudes personales y habilidades sociales:** trabajo en equipo, confianza en sí mismo, sociable, cooperativo, ordenado, empático, asertivo, puntual | **Persona contratada:**  (tipo de contrato, salario, lugar de trabajo, ,horario…) |
| **Denominación:** Ventas y atención al cliente  **Departamento**: Atención al cliente y Ventas.  **Responsabilidades, funciones o tareas a realizar:** Atender al cliente en la tienda, conseguir ventas de equipos, dar una atención y un soporte satisfactorio. | **Formación y titulación:** Educación Secundaria Obligatoria.  **Conocimientos específicos:**  **Experiencia profesional:** Experiencia en atención al cliente.  **Habilidades profesionales:** Capacidad de trabajar solo y bajo presión.  **Actitudes personales y habilidades sociales:** Capacidad de negociación y de tener empatía con los clientes, aún teniendo los intereses de la empresa en cuenta. | **Socio:** David Bernal Navarrete. |

**6. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA.**

Se detallarán las actividades necesarias para la constitución y puesta en marcha de la empresa, fecha aproximada en la que se va a realizar cada trámite, persona responsable y coste:

TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN:

| **Orden** | **Trámites** | **Órgano en el que se tramita** | **Dirección o web** | **Coste** | **Fecha prevista** | **Persona responsable** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | Solicitud de la denominación social. | Dirección general de la industria y de la PYME | www.ipyme.org |  | 01/07/2022 | Rafael  Martín  Ruíz |
| **2** | Solicitud del número de identificación Fiscal provisional | Agencia  Tributaria | www.agenciatributaria.gob.es |  |  | Antonio Manuel Carrasco Rojo |
| **3** | Firma de la escritura de constitución de sociedad. | Notaria | andalucia.notariado.org |  |  | Juan Fco  Hernández  Domínguez |
| **4** | ITPyAJD | Consejería de hacienda. | www.juntadeandalucia.es |  |  | David  Bernal  Navarrete |
| **5** | Inscripción de la empresa. | Registro mercantil provincial | www.rmsevilla.es |  |  | Juan Fco  Hernández  Domínguez |
| **6** | Solicitud del número de identificación Fiscal definitivo. | Agencia Tributaria | www.agenciatributaria.gob.es |  |  | Antonio Manuel Carrasco Rojo |

[**http://www.ipyme.org/es-ES/creaciondelaempresa/ProcesoConstitucion/Paginas/Proceso.aspx**](http://www.ipyme.org/es-ES/creaciondelaempresa/ProcesoConstitucion/Paginas/Proceso.aspx)

TRÁMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA:

| **Orden** | **Trámites** | **Órgano en el que se tramita** | **Dirección o web** | **Coste** | **Fecha prevista** | **Persona responsable** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores |  |  |  |  |  |
| **2** | Impuesto sobre Actividades Económicas |  |  |  |  |  |
| **3** | Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA) |  |  |  |  |  |
| **4** | Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social |  |  |  |  |  |
| **5** | Obtención y legalización del libro de Visitas |  |  |  |  |  |
| **6** | Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad |  |  |  |  |  |
| **7** | Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales |  |  |  |  |  |
| **8** | Obtención de un certificado electrónico |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |