

Plan De Empresa



Gerard Perujo Buxeda

María Isabel Martín Simal

José Ramón Donaire Duarte

Índice

4.El Plan de Marketing.....	2
4.1 Plan de ventas.....	2
4.2 Producto/Servicio	2
a) Como se presentará y lanzaran al mercado los productos y/o servicios	2
b) Marca, logotipo, envases y etiquetas previstos identificar si vas a tener una marca comercial o nombre comercial con logo.	2
c) Rentabilidad del producto / servicio	3
4.3 Precio	3
a) Forma de fijar los precios de los productos	3
b) Forma de aplicar descuentos por volumen, por cliente, rebajas y otros	4
4.4 Distribución.....	4
a) Canales de distribución	4
b) Periodos y formas de pago en dichos canales	4
4.5 Promoción y Publicidad	4
5. Análisis de los aspectos técnicos.....	5
5.1 Características Inversiones necesarias para la puesta en marcha	5
5.2 Fuentes de financiación previstas	5
6. Plan de compras y aprovisionamientos	6
6.1 Características de tus proveedores	6
6.2 Detalle de compras previstas para la actividad	7
6.3 Otras consideraciones	7
7. Plan de RRHH y organización de la empresa	8
7.1 Describir las funciones y tareas de todas las personas que participaran o trabajaran	8
7.2 Determinar los trabajadores necesarios para cubrir esas funciones	9
7.3 Descripción del perfil profesional a reunir por los trabajadores	9
7.4 Cuantificar los costes salariales del personal que precisa contratar	9
7.5 Organigrama de la empresa	10

4.El Plan de Marketing

4.1 Plan de ventas

Comercialización del producto

- Desde nuestra propia página web, tendrán acceso a un formulario donde se podrían poner en contacto con nosotros para contratarnos para desarrollar su aplicación web.
- También mostraríamos en nuestra propia página web proyectos que hemos realizado de otras empresas como modo de publicidad.
- Para el cobro del producto vamos a exigir el pago mes a mes del porcentaje correspondiente respecto al coste total del producto, con una reunión mensual donde se muestre la evolución y el trabajo realizado de ese mes. Además, podrá ajustar la aplicación a su gusto. De esta manera nos aseguramos una entrada de dinero mensual para pagar todos los gastos de la empresa.

4.2 Producto/Servicio

a) Como se presentará y lanzaran al mercado los productos y/o servicios

- Los productos una vez terminados se le entregarán al cliente ya desplegados con su dominio, y unas credenciales de administrador para que el cliente pueda manejar y hacer consultas de sus productos.

b) Marca, logotipo, envases y etiquetas previstos identificar si vas a tener una marca comercial o nombre comercial con logo.

- Al principio para promocionar mejor nuestra empresa tendremos un poco de merchandising que regalaremos a nuestros primeros clientes al contratarnos para que le hagamos su proyecto. Por ejemplo:



c) Rentabilidad del producto / servicio

- **Escenario optimista**

Según la cantidad restante que queda una vez que se han descontado a los gastos totales la aportación de los socios y el coste de los productos, si hiciéramos 4 proyectos al año:

Gastos Totales (financiación externa): **392.375,763€**

Venta de 4 productos: **627.801,22€**

Beneficio: **235.425,457€**

- **Escenario intermedio**

Según la cantidad restante que queda una vez que se han descontado a los gastos totales la aportación de los socios y el coste de los productos, si hiciéramos 3 proyectos al año:

Gastos Totales (financiación externa): **392.375,763€**

Venta de 3 productos: **470.850,915€**

Beneficio: **78.475,152€**

- **Escenario pesimista**

Según la cantidad restante que queda una vez que se han descontado a los gastos totales la aportación de los socios y el coste de los productos, si hiciéramos 2 proyectos al año:

Gastos Totales (financiación externa): **392.375,763€**

Venta de 2 productos: **313.900,61€**

Beneficio: **-78.475,153€**

4.3 Precio

a) Forma de fijar los precios de los productos

Para calcular el precio del producto hemos sumado todos los costes fijos y variables que hay en la empresa, así como las amortizaciones de las inversiones.

A raíz de esto hemos restado el 25% que hace referencia a las aportaciones de los promotores, quedando un 75% restante que lo aporta el programa ICO.

Con este 75% hemos sacado el precio técnico y le hemos aplicado un 20% de margen: el coste de los productos será:

156950,305€

(todos los cálculos están reflejados en el Excel).

b) Forma de aplicar descuentos por volumen, por cliente, rebajas y otros

Descuentos para quien escoja la opción de creación y mantenimiento.
Aplicaremos un 7% de descuento.

4.4 Distribución

a) Canales de distribución

- Canal Youtube, X (antes Twitter), LinkedIn, radio estatal, colaboración con influencers, folletos publicitarios, ferias tecnológicas,

b) Periodos y formas de pago en dichos canales

- Al principio tendríamos una campaña de publicidad fuerte para captar clientes, y luego ya se irían haciendo campañas esporádicas para ir recordando a los clientes de que existimos y, así, mantener la influencia.
- Periodo inicial de campaña: 4 meses.
- Periodo de campañas esporádicas: 1 mes de campaña cada 4 meses.
- La campaña inicial se pagará a plazos ya que será una campaña fuerte, que requiere más recursos económicos, mientras que las campañas esporádicas se pagaran al contado.

4.5 Promoción y Publicidad





WebMPD
Create your own web

Contacto

Calle Manuel Pombo n°20
+91 632547852
info@WebMPD.com
www.WebMPD.com

Sobre nosotros

Empresa especializada en desarrollo de aplicaciones web, Posicionamiento SEO, Aplicaciones Móviles, Análisis de Mercado..
Somos una empresa seria, eficiente y comprometida para cada cliente tenga el sitio web para explotar su negocio.

5. Análisis de los aspectos técnicos

5.1 Características Inversiones necesarias para la puesta en marcha

La partida de inversiones en una empresa nueva siempre es muy importante, pero la de los gastos necesita una mayor cantidad de recursos monetarios. A pesar de tratarse de una pequeña empresa, se observa que los salarios y cuotas derivadas de los mismos acaparan un porcentaje importante de los gastos para este primer año.

Al tratarse de una empresa nueva, la publicidad va a ser crucial para darnos a conocer. Al apostar fuerte por la compañía, se ha decidido que una de las maneras de publicitar la empresa va a ser con anuncios radiofónicos a nivel estatal en cadenas generalistas. Dichas cuñas publicitarias son altamente demandadas para promocionarse y, por ello, el coste de unos pocos segundos es muy elevado, especialmente para una empresa de nueva creación que va a destinar gran parte de sus recursos en este ámbito.

Otro de los gastos considerables es el alquiler de la oficina, que se encuentra en la zona de Sanchinarro (Madrid) conviviendo con otras empresas del sector. Su tamaño es adecuado para los 9 trabajadores.

Todavía en la partida de gastos, pero ya de menor cuantía, para este primer año se deben adquirir los dominios, el hosting, las licencias, etc. Además, la constitución de una empresa es un proceso que requiere de varios pasos para los que son necesarios desembolsar dinero.

Una vez especificados los gastos, pasamos a la partida de inversiones. Esta se podría dividir en 2 partes: las inversiones en equipos informáticos y las inversiones en mobiliario de oficina. Para el primer caso, aunque somos 9 personas en total, es prudente contar con un equipo extra de cada aparato electrónico por si se rompe alguno de los que están en uso. Habrá una impresora por departamento y por cada trabajador habrá una silla extra para tratar con clientes.

5.2 Fuentes de financiación previstas

Aunque los socios fundadores han sido ahorradores a lo largo de su vida, los elevadísimos costes que implica crear una nueva empresa y hacerla 100% operativa, son lo suficientemente altos como para que con ese dinero no sea suficiente. En concreto, los recursos propios de los socios apenas cubren el 25% del capital necesario para constituir y continuar una empresa durante su primer año de vida.

El 75% restante debe ser buscado mediante financiación externa. Una buena idea sería hacer uso de ICO Empresas y emprendedores, ya que la cantidad máxima que se puede otorgar al proyecto está muy por encima del montante que se necesita. Es un programa que va destinado a la digitalización y ofrece un plazo de amortización de hasta 20 años, un periodo suficiente si las expectativas de expansión internacional se cumplen. Además, si hipotéticamente hubiera algún margen para negociar el tipo de interés,

actualmente conviene variable, pues los tipos de interés están muy altos y financiarse resulta mucho más caro que hace un par de años. Las previsiones indican que a lo largo de este año 2024 la FED debería comenzar a bajar tipos.

El enlace de referencia es el siguiente: <https://www.ico.es/ico-empresas-y-emprendedores>

En caso de que se rechace esta financiación, por los altos tipos de interés otra opción sería emitir bonos para captar esa financiación privada.

6. Plan de compras y aprovisionamientos

6.1 Características de tus proveedores

Debido a la naturaleza de nuestra empresa como consultora de software, nuestra dependencia de proveedores es **mínima**. Nos enfocamos en colaboraciones estratégicas con proveedores clave que ofrecen tecnologías y servicios específicos necesarios para nuestros proyectos. Esta estrategia nos permite mantener la eficiencia operativa y centrarnos en ofrecer servicios de calidad a nuestros clientes más que necesitarlos para revender producto como pasa en otro tipo de negocios.

De modo que a grandes rasgos nos apoyaremos en los siguientes proveedores:

1. **Proveedores de servicios en la nube:** Estableceremos asociaciones con proveedores reconocidos como Microsoft Azure, Amazon Web Services (AWS) y Google Cloud Platform (GCP) para asegurar la disponibilidad, seguridad y escalabilidad de nuestras soluciones alojadas en la nube.
2. **Proveedores de herramientas de desarrollo:** Nos asociaremos con empresas líderes en el suministro de herramientas y plataformas de desarrollo, tales como JetBrains, GitLab y Atlassian, para obtener acceso a tecnologías de vanguardia que potencien nuestra capacidad de crear soluciones innovadoras y eficientes.
3. **Proveedores de servicios de soporte técnico y mantenimiento:** Estableceremos acuerdos con proveedores especializados en servicios de soporte técnico y mantenimiento de software, como parte de nuestro compromiso con la calidad y la continuidad operativa de los productos que entregamos a nuestros clientes.

Estimamos que en total, el número de proveedores alcanzará la decena como máximo.

6.2 Detalle de compras previstas para la actividad

Para respaldar nuestras operaciones y proyectos, planeamos realizar las siguientes compras estratégicas:

1. **Licencias de software y herramientas de desarrollo:** Adquiriremos licencias de software y herramientas de desarrollo necesarias para nuestro equipo de desarrollo, incluyendo IDEs (Entornos de Desarrollo Integrado), herramientas de gestión de código fuente y plataformas de colaboración.
2. **Servicios de alojamiento en la nube:** Invertiremos en servicios de alojamiento en la nube para garantizar la disponibilidad y seguridad de las aplicaciones y datos de nuestros clientes, así como para facilitar el desarrollo y despliegue ágil de soluciones tecnológicas.
3. **Equipo y recursos de oficina:** Realizaremos compras de equipo de oficina, como computadoras, dispositivos móviles y mobiliario ergonómico, para apoyar las operaciones internas y el trabajo colaborativo del equipo.

6.3 Otras consideraciones

Además de las compras específicas mencionadas, tendremos en cuenta las siguientes consideraciones para nuestra estrategia de aprovisionamiento:

1. **Evaluación continua de proveedores:** Mantendremos una evaluación constante de nuestros proveedores para garantizar que cumplan con nuestros estándares de calidad, seguridad y servicio al cliente.
2. **Diversificación de proveedores:** Buscaremos diversificar nuestra base de proveedores para reducir el riesgo y asegurar la continuidad de nuestras operaciones, considerando diferentes opciones y alternativas en el mercado.
3. **Negociación de contratos y acuerdos de servicio:** Nos comprometemos a negociar contratos y acuerdos de servicio que protejan nuestros intereses y aseguren condiciones favorables en términos de precios, soporte y condiciones de entrega.

7. Plan de RRHH y organización de la empresa

7.1 Describir las funciones y tareas de todas las personas que participaran o trabajarán

- La empresa la vamos a dividir en 3 secciones y cada sección se encargará de realizar una determinada labor.
 - **Sección de Marketing**: será la encargada de promocionar la empresa, captar nuevos clientes, y hablar con los clientes para determinar qué tipo de página o producto desean.
 - Los integrantes serán:
 - Gerard Perujo: Jefe de Marketing
 - Laia Gómez: Encargada de Publicidad
 - Tania Martínez: Ayudante de Marketing
 - **Sección de Front**: será la encargada de desarrollar todo el trabajo de Front-End, que es la parte de cara al cliente, es lo que ve el cliente una vez el producto está finalizado.
 - Los integrantes serán:
 - María Isabel Martín Simal: Jefa de Front-End
 - Jordi Ruiz: Senior Front, Javascript
 - Eva Ramirez: Junior CSS, HTML
 - **Sección de Back**: será la encargada de desarrollar todo el trabajo de Back-End, que son los encargados de que las aplicaciones web funcionen y tengan todas esas funciones que desea el cliente
 - Los integrantes serán:
 - José Ramón Donaire Duarte: jefe Back-End
 - Laura Perez: Senior Back-End
 - Ramon Garcia: Senior Security, MySQL

7.2 Determinar los trabajadores necesarios para cubrir esas funciones

- Para empezar la empresa vamos a necesitar 2 trabajadores por sección para poder distribuir el trabajo mejor, teniendo en cuenta que nosotros también trabajaríamos. Por lo tanto, habría 3 trabajadores por sección.
- Haremos contratos indefinidos, con una prueba de 15 días para ver si realmente encajan en la empresa, y pagaremos según su experiencia profesional. Preferimos hacer contratos indefinidos porque al ser una empresa que justo ahora está empezando nos interesa tener a los trabajadores contentos y con una buena oferta para retenerlos

7.3 Descripción del perfil profesional a reunir por los trabajadores

- Se van a buscar trabajadores Seniors, con gran experiencia en el sector, pues facilitarán el trabajo antes que contratar a Juniors que necesitan mayor supervisión y formación interna.

7.4 Cuantificar los costes salariales del personal que precisa contratar

- **Sueldo de los promotores:**
 - María Isabel Martin Simal..... 1600€
 - Gerard Perujo Buxeda.....1600€
 - José Ramón Donaire Duarte.....1600€
- **Sueldo de los trabajadores:**
 - Jordi Ruiz.....2500€
 - Eva Ramírez.....1500€
 - Laura Pérez.....2500€
 - Ramon García.....2500€
 - Laia Gómez.....1800€
 - Tania Martínez.....1500€
- **Costes Totales en salarios.....17100€**

7.5 Organigrama de la empresa

Organización de la Empresa

