Gerard Perujo,

María Isabel Martín Simal

Plan De Empresa



**Índex**

**1**. **DATOS GENERALES DEL PROYECTO**……………………………………………………………………………………. 2

1.1. Datos Generales de los Promotores…………………………………………………………….………. 3

**2.** **DESCRIPCIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL**

2.1 Justificación de la idea y origen del proyecto……………………………………………………………

2.2 Expectativas del promotor y objetivos a corto………………………………………………….……..

2.3 Localización del negocio y su justificación………………………………………….…………………….

3. **DEFINICIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO Y DEL MERCADO**

3.1 Descripción de cuál es el producto o servicio a ofrecer……………………………….

3.2 Necesidades que se espera cubrir para cada público objetivo…………………….

3.3 Estudio de Mercado…………………………………………………………………………………..

3.4 El consumidor y la competencia………………………………………………………………..

3.5 Análisis DAFO……………………………………………………………………………………………

3.6 Encuesta Estudio de Mercado………………………………………………………………….

**1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO**



**Nombre de la Empresa:**

-WebMP (Web María Perujo).

**Nombre de los Promotores:**

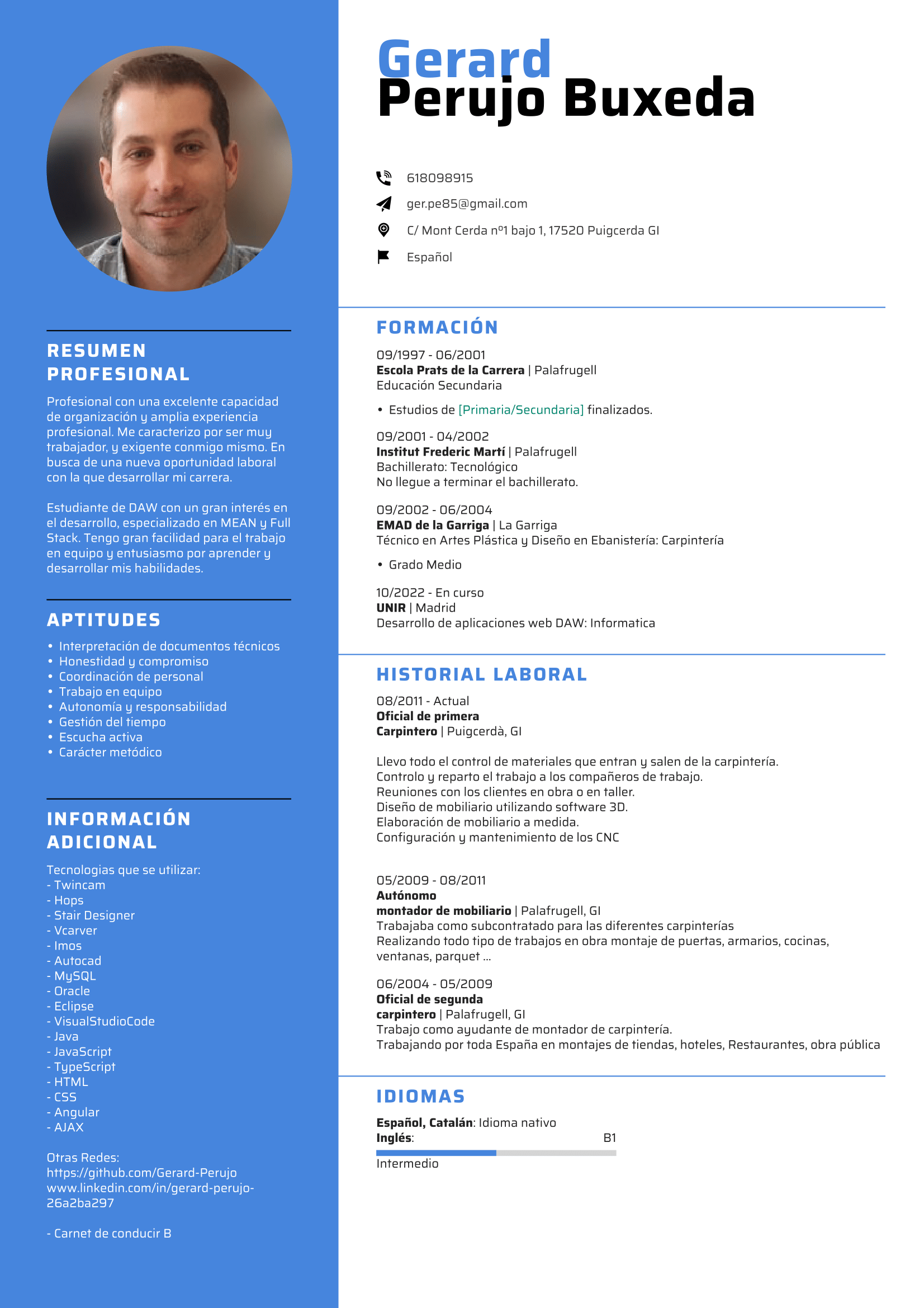
- María Isabel Martín Simal

- Gerard Perujo Buxeda

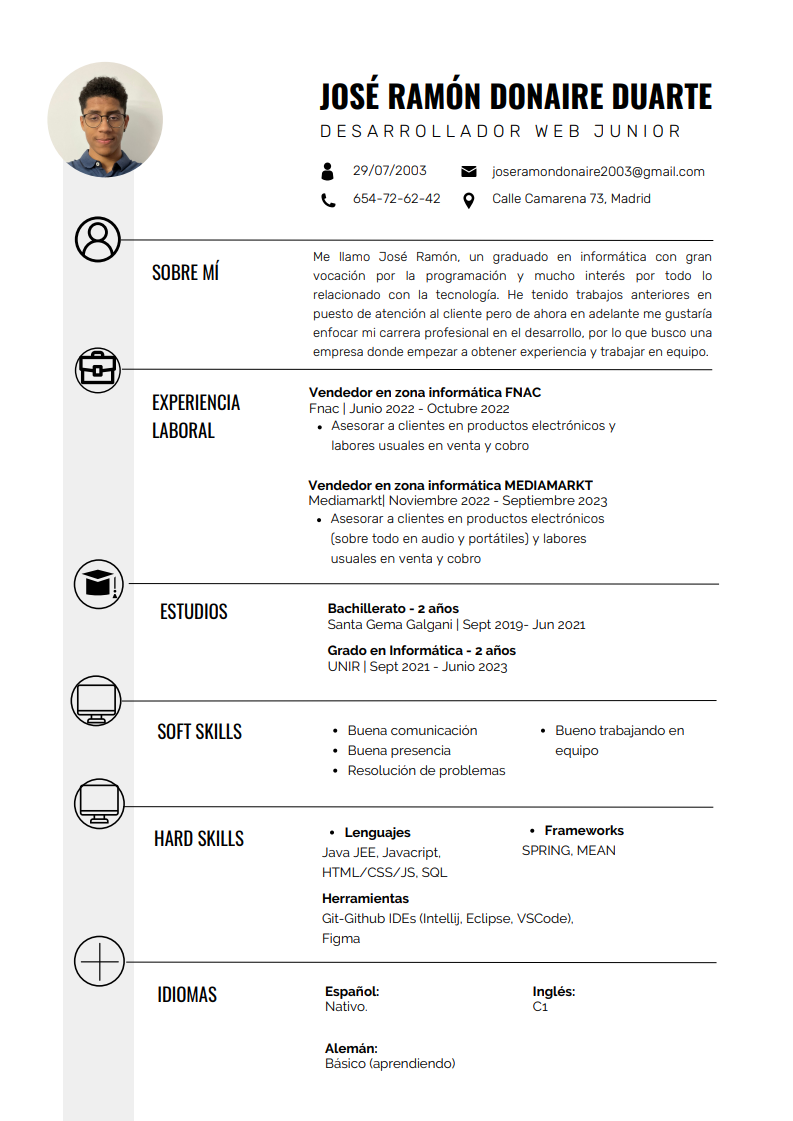
Bienvenido a **WebMP,** nuestra firma especializada en el **desarrollo de aplicaciones web**, donde nos destacamos por ofrecer **soluciones innovadoras** que impulsan tu presencia digital de manera efectiva. Nos comprometemos a entender a fondo tus necesidades mediante reuniones periódicas, empleando tecnologías de vanguardia para **desarrollar soluciones a medida que se adapten a la singularidad de tu negocio.**

Nuestra consultoría se distingue por un análisis de mercado exhaustivo, asegurándonos de que tu sitio web no solo sea funcional, sino también competitivo. Creemos en la **fusión de la innovación y la funcionalidad**, y nuestro equipo está dedicado a implementar las mejores prácticas de la industria en cada fase del desarrollo. Confía en nosotros para transformar tus ideas en una realidad digital excepcional y potenciar el éxito de tu empresa a través de soluciones web que superan expectativas. **¡Bienvenido a una experiencia de consultoría en software que va más allá de lo convencional!**

* 1. **Datos Generales de los Promotores**







**2.1 Justificación de la idea y origen del proyecto**

Vamos a enfocar nuestra empresa como una consultoría. Aparte del desarrollo web, también vamos a ofrecer servicios de mantenimiento.

Al ofrecer ese servicio de mantenimiento, a largo plazo vamos a tener mas beneficio que solo ofrecer el servicio de la creación de la página web.

La idea surgió, a partir de hacer diferentes trabajos en el colegio al conocernos decidimos ser nuestros propies jefes, ya que no queríamos trabajar por los sueños de los demás.

Queríamos crear una Empresa con una filosofía nueva.

* 1. **Expectativas del promotor y objetivos a corto**
* **Objetivo corto plazo**

A corto plazo, nos proponemos aumentar nuestra visibilidad y presencia en el mercado a través de estrategias de marketing y redes sociales. Buscamos darnos a conocer mediante ofertas atractivas y la entrega de un servicio de alta calidad. Además, destacaremos nuestros trabajos previos para mostrar la excelencia en el desarrollo de apps web, construyendo así una sólida reputación desde el inicio de nuestra actividad empresarial.

* **Objetivo a medio plazo**

Nos enfocaremos en construir relaciones sólidas con nuestros clientes para garantizar una fidelización efectiva, permitiéndonos ofrecer servicios de mantenimiento adaptados a sus necesidades. A corto y medio plazo, buscamos diversificar nuestra oferta de servicios, incluyendo desarrollo de software, posicionamiento SEO y creación de apps móviles.

Además, participaremos activamente en eventos y ferias especializadas para aumentar nuestra visibilidad y establecer conexiones significativas en la industria.

* **Objetivo largo plazo**

Nuestros objetivos a lo largo plazo es consolidarnos como una empresa líder en el sector, enfocándonos en el continuo crecimiento y expansión tanto a nivel nacional como internacional. Buscamos no solo incrementar nuestra base de clientes, sino también ampliar nuestra plantilla para garantizar la excelencia en la prestación de servicios.

Visualizamos un futuro en el que nuestra empresa se convierta en un referente destacado en la industria, reconocida por su innovación, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente. Aspiramos a ser una entidad empresarial que inspire confianza y respeto, contribuyendo de manera significativa al desarrollo tecnológico y al progreso en el ámbito de las apps web.

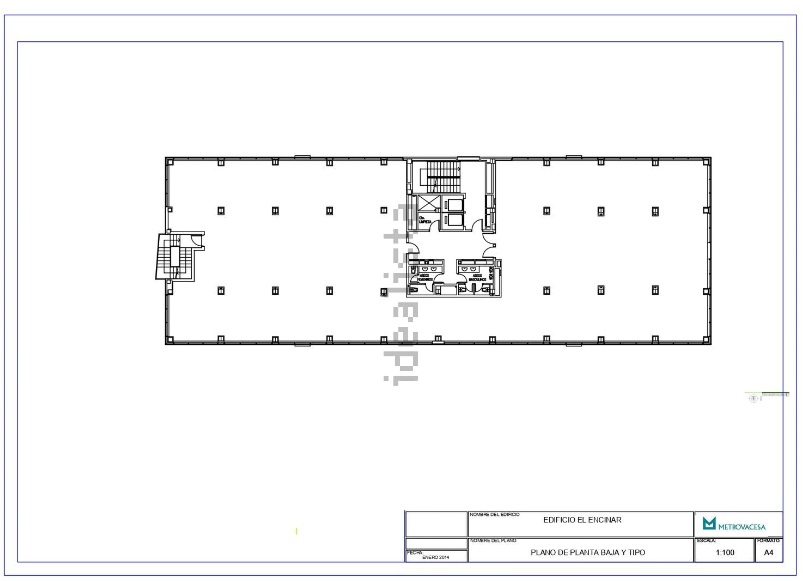
* 1. **Localización del negocio y su justificación.**
* **Ubicación**

Comunidad de Madrid. Optamos por Madrid debido a su reconocido régimen fiscal beneficioso para las empresas, que incluye ventajas fiscales tanto par la creación de nuevas empresas como para la inversión en I+D.

* **Características y organización**

Contaremos con una oficina de alquiler ubicada en el norte de Madrid. Este espacio estará dividido en tres áreas clave: una sala destinada para reuniones ya sea con clientes o para actividades de trabajo; una zona de marketing, donde se llevarán a cabo estrategias promocionales y el desarrollo frontend, y otra área específicamente dedicada al backend.

* **Plano de la oficina**



* **Fecha de obertura**

Planeamos registrar y establecer la empresa durante el verano de 2024, coincidiendo con la conclusión de nuestro curso. De esta manera, anticipamos la apertura y puesta en marcha efectivas para septiembre de 2024. Este cronograma estratégico nos permitirá iniciar nuestras operaciones con un enfoque renovado y preparado para el éxito desde el principio.

**3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO Y DEL MERCADO**

**3.1 Descripción de cuál es el producto o servicio por ofrecer**

El catálogo de productos que pretende ofrecer la empresa a lo largo del tiempo es el siguiente:

- Desarrollo de aplicaciones web: este es uno de los servicios esenciales de la empresa. Se puede contratar tanto el diseño web (front-end) como la lógica algorítmica (back-end) o la aplicación web completa (full stack), que es la opción que más se recomienda a los clientes con el fin de lograr una web con mucha más sintonía y temas comunes.

- Reuniones y análisis del mercado: tanto inicialmente, como periódicamente si el cliente así lo contrata, se harán encuentros principalmente virtuales (aunque para proyectos importantes se puede hacer uso de la oficina en Madrid) y de esta manera abordar o bien una mejora de una web preexistente, o bien la creación desde cero de un proyecto. Además, se pondrá en contexto del mercado la posición de la web y se aconsejarán los siguientes pasos necesarios para llevar la marca a otro nivel.

- Mantenimiento: es uno de los ejes principales para fidelizar a los clientes. Es sabido que el ciclo de vida de una aplicación no solo es su creación, sino que también incluye el posterior mantenimiento para depurar errores, brechas de seguridad, actualizar contenido y adaptarse al frenético mercado.

- Creación de aplicaciones móviles: no solo es importante que un negocio disponga de un sitio web propio, sino que hoy en día con el auge de dispositivos electrónicos ligeros, muchas personas optan por buscar y consumir contenido en aplicaciones móviles. No todos los negocios cuentan con una, por lo que claramente esto va a ser un factor diferencial, especialmente si el cliente es autónomo o pyme.

- SEO: muchos estudios han demostrado que la gran mayoría de usuarios de Internet no buscan más allá de la primera página de resultados de un motor de búsqueda. Por ello, se necesita no solo tener una web accesible, bonita y funcional, sino que también se lleven a cabo determinadas técnicas orgánicas que logren posicionar la web dentro de los primeros resultados de búsqueda, de tal manera que el negocio se da a conocer con facilidad mediante palabras clave y el trabajo realizado a nivel de web merece la pena.

- Consultoría: es un servicio que engloba a todos los demás. Es decir, es un plan completo que incluye tanto el desarrollo web, como las reuniones y análisis de mercado, el mantenimiento, la creación de la app móvil, así como el posicionamiento mediante SEO. De esta manera, se logra una experiencia completa, de tal modo que el conocimiento entre desarrolladores y clientes es muy profundo y el margen de mejora es mucho mayor. Además, al incluir todos los servicios se ofrece un descuento para atraer a esta modalidad, que es la que en verdad interesa en términos monetarios.

**3.2 Necesidades que se espera cubrir para cada público objetivo.**

Gran parte de las necesidades tecnológicas que tenga nuestro público objetivo variado se ven cubiertas. Los clientes pequeños, como pueden ser autónomos, microempresas y pequeñas empresas ven cómo contratando solamente los servicios de nuestra empresa pueden solucionar todos los asuntos de una sola vez: creación y mantenimiento de la web; analizar el potencial del sitio y las debilidades presentes y futuras que pudieran surgir; asesoría personalizada para un entendimiento más profundo; creación de una app complementaria a la web; y, finalmente, posicionar su negocio, lo cual es incluso más importante para pequeños emprendedores, ya que es más difícil darse a conocer y transmitir confianza a sus clientes en potencia. En definitiva, se le acompaña de manera personalizada durante todo el proceso de digitalización, tanto desde la concepción del proyecto como en el mantenimiento una vez consolidado.

Para medianas y grandes empresas, así como las internacionales, como es muy probable que ya cuenten con su propia web, lo más probable es que contraten alguno o varios servicios por separado en un primer momento. Sería interesante “incluir” en el precio algún servicio extra (si así lo desean) que ellos ya tengan contratados con otra empresa para demostrar que pueden confiar en nuestros servicios. Cada cierto tiempo las empresas deben renovar su imagen de marca para parecer que se mantienen actualizadas, por lo que es ahí donde nuestra empresa entra en el terreno de juego y ofrece alternativas innovadoras y frescas. De esta manera, no caen en el error de confiar, por ejemplo, un rediseño a alguien que haga “más de lo mismo”.

**3.3 Estudio de Mercado**

**3.3.1 Características del Mercado**

Nos dedicamos principalmente a brindar servicios integrales en el campo del desarrollo de software, destacándonos en el diseño, programación y mantenimiento de aplicaciones web. Lo que nos distingue es la inclusión de servicios de consultoría que abarcan desde la conceptualización hasta la implementación y el mantenimiento continuo de soluciones digitales. En este contexto, es importante destacar que estamos inmersos en un mercado en crecimiento, lo que refleja una creciente demanda de soluciones digitales. Esta dinámica positiva nos sitúa estratégicamente para aprovechar las oportunidades emergentes en este sector en constante evolución.

* **Factores Políticos:**

Como empresa consultora, estamos sujetos a la influencia de factores políticos que incluyen cambios en la legislación fiscal, políticas de subvenciones y regulaciones comerciales. La estabilidad política y social también juega un papel crucial en nuestra operación y rentabilidad. Adicionalmente, las regulaciones gubernamentales impactan directamente en nuestras prácticas y deben ser monitoreadas de cerca para garantizar que no nos perjudican, y si lo hacen, planear estrategias para mantener el daño al mínimo.

* **Factores Demográficos:**

Los movimientos y cambios en la ubicación de la población pueden influir en la demanda de nuestros servicios. Una sociedad más educada y con estándares de vida altos tiende a buscar soluciones digitales avanzadas, lo que puede impulsar la demanda de nuestros servicios de consultoría.

* **Factores Económicos:**

La situación económica afecta directamente a las decisiones empresariales, y en tiempos de crisis, las empresas tienden a reducir presupuestos de tecnología. En contraste, en periodos de crecimiento económico, la demanda de servicios de consultoría en tecnología puede aumentar, ya que las empresas buscan innovar y mejorar sus operaciones.

* **Factores Jurídicos:**

Cumplir con las normativas legales es esencial para evitar sanciones y problemas legales. Es el caso de la accesibilidad en la web, la cual se ha vuelto crucial y obligatoria, por lo que asegurar el cumplimiento de estas normativas es una prioridad para evitar consecuencias negativas.

* **Factores Socioculturales:**

Las tendencias, modas y preferencias sociales cambian constantemente, impactando significativamente en las consultorías. Estar al tanto de estos cambios y adaptarse a las nuevas demandas del mercado es esencial para mantenerse relevante y competitivo.

* **Factor Tecnológico:**

Dada la rápida evolución tecnológica, estar actualizado es vital. Mantenernos al día con los avances tecnológicos nos permite ofrecer soluciones innovadoras y competitivas. Este factor puede representar tanto un desafío como una oportunidad, dependiendo de nuestra capacidad para adaptarnos y aprovechar las nuevas tecnologías.

**Microentorno**

*Identifique a sus clientes a través de aspectos tales como: sexo, edad, profesión, localización, nivel de renta, hábitos, etc.; en caso de que sean consumidores individuales. Si su producto o servicio va dirigido a colectivos, debe indicar si son PYMES, grandes empresas,  
multinacionales, Organismos públicos, etc.*

Nuestros clientes se dividen en dos categorías principales: consumidores individuales y empresas.

1. **Consumidores Individuales:**

* **Sexo:** Sin restricciones, orientado a todos los géneros.
* **Edad:** Principalmente entre 18 y 45 años, pero sin limitaciones. Este rango de edad abarca una población activa en línea, desde estudiantes hasta profesionales, capturando diversas necesidades digitales.
* **Profesión:** Diversas profesiones y ocupaciones, desde estudiantes hasta profesionales en distintos campos.
* **Localización:** Inicialmente en la Comunidad de Madrid, con planes de expansión nacional e internacional a medio plazo.
* **Nivel de Renta:** Diverso, adaptándonos a diferentes segmentos socioeconómicos.
* **Hábitos:** Usuarios activos en línea, con interés en tecnología y servicios digitales.

1. **Empresas:**

* **Tipo de Empresa:** PYMES, grandes empresas y multinacionales.
* **Sector:** Variado, abarcando desde servicios hasta manufactura.
* **Localización:** Inicialmente en la Comunidad de Madrid, con posibilidad de expansión nacional e internacional.
* **Necesidades:** Empresas con requerimientos de desarrollo de software, mantenimiento de aplicaciones web y consultoría tecnológica.
* **Enfoque:** Empresas con visión de optimizar su presencia digital y mejorar sus procesos a través de soluciones tecnológicas.

Este enfoque diversificado nos permite abordar una amplia gama de clientes, desde consumidores individuales con necesidades específicas hasta empresas con requerimientos más complejos en el ámbito tecnológico. Estamos comprometidos a personalizar nuestros servicios para satisfacer las demandas únicas de cada cliente, brindando soluciones efectivas y adaptadas a sus objetivos comerciales.

*▪ Cuantifique el número de clientes potenciales.*

**1. Consumidores Individuales:** Se estima un alcance potencial de varios miles de usuarios activos en línea dentro de la Comunidad de Madrid, con posibilidad de expansión a nivel nacional.

**2. Empresas:** Se identifican cientos de PYMES, grandes empresas y multinacionales en la Comunidad de Madrid con necesidades tecnológicas, y se prevé un aumento significativo al expandirnos nacional e internacionalmente.

*▪ Identifique quiénes son sus proveedores y cuantos va a necesitar la empresa, la gama de  
productos que tienen en el mercado, plazo de entrega, condiciones de pago, canales de  
distribución y los clientes con los que trabajan.*

*▪ Identifique a los competidores y describa sus principales características:  
o Tamaño de la empresa. o Clientes. o Nivel de precios. o Características de sus servicios  
(ventajas competitivas). Canales de distribución.*

*▪ Describa cuáles son las oportunidades y las amenazas que se derivan del análisis de  
mercado realizado anteriormente*

**3.3.2) Ámbito Geográfico**

Empezaremos operando a nivel Estatal, para así poder tener más posibles clientes.

**3.3.3) Evolución**

Hoy en día prácticamente todas las empresas o pequeño comercio necesitan una página web en condiciones, aunque sea solo para darse a conocer, ya que hoy en día prácticamente todo el mundo se anuncia en las redes.

Por lo tanto, es un mercado en crecimiento y ha día de hoy no parece que vaya a decrecer.

**3.3.4) Volumen** *Volumen de ofertantes y demandantes de servicios en el sector*

**3.4 El consumidor y la Competencia**

**a) Características del consumidor o cliente**

Para clientes individuales, o usuario final, hay que intentar identificarle, en la medida que sea posible, respecto a aspectos como sexo, edad, localización, nivel de renta, hábitos de consumo, de vida, hábitos familiares, etc. que puedan determinar la utilización de unos servicios o productos u otros. Para clientes empresas intentar determinar tipo de empresa (pequeña, mediana, gran empresa, organismos públicos….) e identificar actividad, tamaño, localización, etc. Cuantificar el número de clientes potenciales

**b) Análisis de la competencia:**

Principales competidores y servicios que ofrecen ¿Cuántos competidores tendrás? ¿Cuánto tiempo llevan en el negocio? ¿Cómo son los clientes? ¿Nivel de precios? ¿Tamaño? ¿Ventajas competitivas?

**Elementos diferenciadores de la competencia**

¿En qué se diferencia tu producto/servicio del de tus competidores? ¿Cómo te puedes diferenciar de tus competidores? Determinar cuál puede ser tu hueco de mercado.

**Análisis interno**

▪ Describa cuáles son sus características personales tanto positivas como negativas; sus características técnicas, experiencia y/o formación relacionada con la actividad de la empresa.

▪ Determine su grado de preparación para dirigir y gestionar una empresa así como su capacidad para obtener los recursos económicos necesarios (recursos propios, capacidad para obtener un préstamo bancario, etc.).

▪ Trate de destacar cuáles son aquellas características de su producto o servicio que ofrece una ventaja o desventaja con relación a sus competidores.

▪ Efectúe una reflexión sobre los puntos fuertes y débiles de los promotores y de la empresa.

**Reacción esperada de la competencia**   
¿Cómo crees tú que reaccionará la competencia ante la entrada de tu nueva empresa en el mercado?

**3.5 Análisis DAFO**

*Refleja en una matriz DAFO las conclusiones sobre amenazas y oportunidades del entorno y sobre puntos débiles y fuertes de la empresa.*

* *Oportunidades: Aspectos positivos del macroentorno para la creación de la empresa.*
* *Amenazas: Aspectos negativos del entorno.*
* *Fortalezas: Puntos fuertes del análisis interno de la empresa.*
* *Debilidades: Puntos débiles del análisis interno.*

**3.6 Encuesta estudio de Mercado**

Tenéis que poner los enlaces del formulario de vuestra investigación, y la hoja de respuestas. En segundo lugar, tenéis que hacer una valoración de los datos obtenidos en vuestro estudio de mercado, de su idoneidad y de la representatividad de los mismos, y las conclusiones extraídas.