Gerard Perujo Buxeda

María Isabel Martín Simal

José Ramón Donaire Duarte

Plan De Empresa



Índice

[**4.El Plan de Marketing** 2](#_Toc159086189)

[**4.1 Plan de ventas** 2](#_Toc159086190)

[**4.2 Producto/Servicio** 2](#_Toc159086191)

[**a) Como se presentará y lanzaran al mercado los productos y/o servicios** 2](#_Toc159086192)

[**b) Marca, logotipo, envases y etiquetas previstos identificar si vas a tener una marca comercial o nombre comercial con logo.** 2](#_Toc159086193)

[**c) Rentabilidad del producto / servicio** 2](#_Toc159086194)

[**4.3 Precio** 3](#_Toc159086195)

[**a) Forma de fijar los precios de los productos** 3](#_Toc159086196)

[**b) Forma de aplicar descuentos por volumen, por cliente, rebajas y otros** 3](#_Toc159086197)

[**4.4 Distribución** 3](#_Toc159086198)

[**a) Canales de distribución** 3](#_Toc159086199)

[**b) Periodos y formas de pago en dichos canales** 3](#_Toc159086200)

[**4.5 Promoción y Publicidad** 3](#_Toc159086201)

[**5. Análisis de los aspectos técnicos** 4](#_Toc159086202)

[**5.1 Características Inversiones necesarias para la puesta en marcha** 4](#_Toc159086203)

[**5.2 Fuentes de financiación previstas** 4](#_Toc159086204)

[**6. Plan de compras y aprovisionamientos** 4](#_Toc159086205)

[**6.1 Características de tus proveedores** 4](#_Toc159086206)

[**6.2 Detalle de compras previstas para la actividad** 4](#_Toc159086207)

[**6.3 Otras consideraciones** 4](#_Toc159086208)

[**7. Plan de RRHH y organización de la empresa** 4](#_Toc159086209)

[**7.1 Describir las funciones y tareas de todas las personas que participaran o trabajaran** 4](#_Toc159086210)

[**7.2 Determinar los trabajadores necesarios para cubrir esas funciones** 4](#_Toc159086211)

[**7.3 Descripción del perfil profesional a reunir por los trabajadores** 4](#_Toc159086212)

[**7.4 Cuantificar los costes salariales del personal que precisa contratar** 4](#_Toc159086213)

[**7.5 Organigrama de la empresa** 4](#_Toc159086214)

# **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 pagina web proyectos que hemos realizado de otras empresas como modo de publicidad

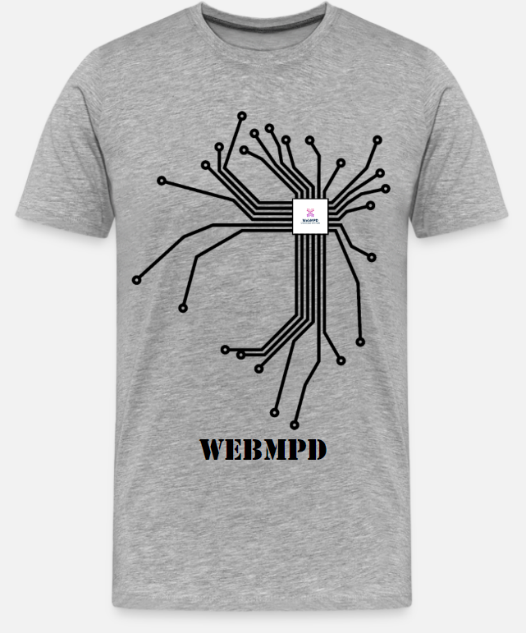
## **4.2 Producto/Servicio**

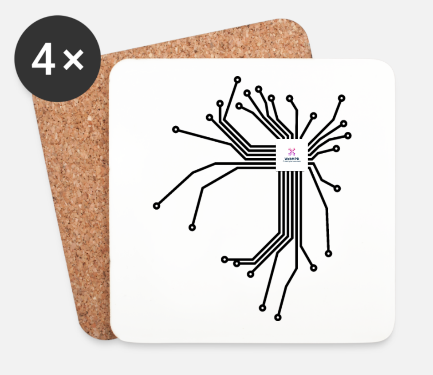
### **a) Como se presentará y lanzaran al mercado los productos y/o servicios**

* Los productos una vez terminados se le entregaran al cliente ya desplegados con su dominio, y unas credenciales de administrados 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, como, por ejemplo:





### **c) Rentabilidad del producto / servicio**

Escenario optimista

Escenario pesimista

Escenario intermedio

**-según costes**

## **4.3 Precio**

### **a) Forma de fijar los precios de los productos**

sacar 1500€ de beneficios en nomina

margen 20%

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

Descuentos para quien escoja la opción de creación y mantenimiento 10% descuento

## **4.4 Distribución**

### **a) Canales de distribución**

* Canal Youtube, Twiter, Linkeding, Radio Estatal, colaboracion con influencers, folletos publicitarios, ferias Tecnologicas….

### **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 recodando a los clientes de que existimos, para 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 mas recursos económicos, mientras que las campañas esporádicas se pagaran al contado.

## **4.5 Promoción y Publicidad**



# **5. Análisis de los aspectos técnicos**

## **5.1 Características Inversiones necesarias para la puesta en marcha**

## **5.2 Fuentes de financiación previstas**

# **6. Plan de compras y aprovisionamientos**

## **6.1 Características de tus proveedores**

## **6.2 Detalle de compras previstas para la actividad**

## **6.3 Otras consideraciones**

# **7. Plan de RRHH y organización de la empresa**

## **7.1 Describir las funciones y tareas de todas las personas que participaran o trabajaran**

## **7.2 Determinar los trabajadores necesarios para cubrir esas funciones**

## **7.3 Descripción del perfil profesional a reunir por los trabajadores**

## **7.4 Cuantificar los costes salariales del personal que precisa contratar**

## **7.5 Organigrama de la empresa**