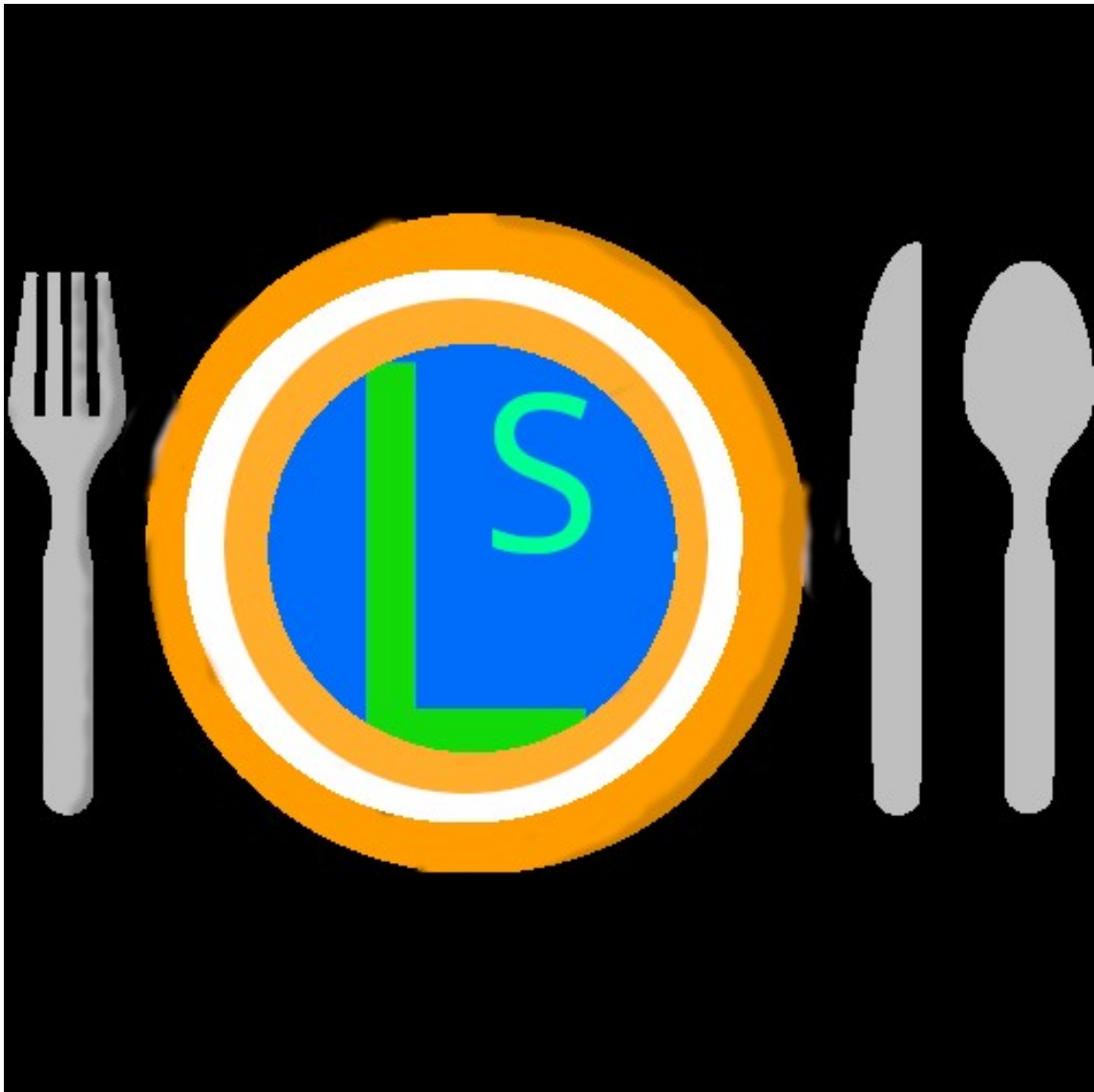


PROYECTO DE EMPRESA

Lucas Vera Amorós



Índice

IDEA DE PRODUCTO.....	3
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	3
ANÁLISIS DE LA NECESIDAD QUE SATISFACE.....	3
DESCRIPCIÓN DEL VALOR AÑADIDO.....	3
ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	4
ANÁLISIS DEL MACROENTORNO: ANÁLISIS PESTEL.....	4
ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	5
DAFO y CAME.....	6
MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS.....	8
MISIÓN.....	8
VISIÓN.....	8
VALORES CORPORATIVOS.....	8
LOCALIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	9
LOCALIZACIÓN.....	9
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN.....	10
MAPA DE EMPATÍA.....	10
MODELO DE NEGOCIO.....	11
PLAN DE MARKETING.....	12
POLÍTICA COMERCIAL Y MARKETING.....	12
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	12
HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO.....	12
PRODUCTO O SERVICIO.....	12
PRECIO.....	12
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	12
DISTRIBUCIÓN.....	12
POLÍTICA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	13
PLAN DE OPERACIONES.....	14
TRAMITACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	16
INVERSIÓN INICIAL Y FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	17
INVERSIÓN INICIAL.....	17
FUENTE DE FINANCIACIÓN.....	17
PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	18
AMORTIZACIÓN DE LAS INVERSIONES.....	18
PLAN DE TESORERÍA.....	18
CUENTA DE RESULTADOS.....	19
BALANCE PROVISIONAL.....	20

IDEA DE PRODUCTO

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestra empresa se dedica a la gestión de pedidos y menú, para optimizar el tiempo de los camareros y cocina.

ANÁLISIS DE LA NECESIDAD QUE SATISFACE

El servicio mejora el tiempo de los camareros haciendo que estos no pierdan tiempo tomando comandas y no teniendo que ir a preguntar si algún producto del menú tiene algún tipo de ingrediente o alérgeno, por tanto, los camareros pierden menos tiempo y se pueden centrar en otras cosas.

DESCRIPCIÓN DEL VALOR AÑADIDO

Con este servicio los camareros serán más eficientes, además los clientes realizarán los pedidos por su cuenta. La cuenta será digital y en todo momento se podrá controlar lo que ha pedido el cliente y el tiempo que lleva esperando así de esta manera los clientes estarán más satisfechos.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO: ANÁLISIS PESTEL

Factores políticos: La incertidumbre política que hay ahora mismo alrededor de España es algo que afectaría negativamente ya que esto no se conocen los rumbos que tomaran el futuro gobierno.

Factores ecológicos: El gobierno en funciones de Pedro Sánchez actualmente ofrece unas ayudas para la instalación de paneles solares, esto afectaría positivamente ya que aparte de que supone un ahorro al momento de instalar también supone un ahorro en la factura de la luz.

Factores socioculturales: La ley de teletrabajo brinda a la empresa una gran ventaja ya que se puede ahorrar gasto por parte de un local o sitio fijo de trabajo.

Factores tecnológicos: Las IAS se han vuelto algo común en estos días esta herramienta dependiendo del uso que se le de puede suponer una ventaja o desventaja ya que dependiendo del tipo de mercado en el que se encuentre. En este caso supone una ventaja ya que puede ahorrar tiempo a la hora de programar o tener que buscar personal.

Factores económicos: Actualmente se está pasando por una inflación bastante grande haciendo que muchos por no decir todos los productos tengan un precio bastante elevado afectando negativamente al mercado.

Factores legales: Con la ley de competencias digitales se puede facilitar la búsqueda de empleados ya que esto facilitara saber si un la persona que a echado su currículum tiene el nivel mínimo que se pide al igual que los idiomas.

ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Actualmente los propios competidores podrían ser los mismos restaurantes u otras aplicaciones que muestren la carta.

Unos posibles competidores potenciales podría ser las empresas de venta a domicilio de comida, les interesaría ya que podrían mejorar bastante su servicio haciendo de este más rápido. Un posible producto/ servicio que podría ser un sustitutivo del servicio podría ser los mismos camareros.

Los clientes de mi servicio serían aquellos restaurantes promedio o restaurantes de comida rápida con un menú variado y que tenga una gran variedad de clientes. Su principal baza para negociar son los camareros ya que estos podrían dejar de usar mi servicio y continuar usándolo a la vieja usanza.

Los principales suministradores de mi negocio serian de internet, dominio y un suministro de servidor. No tienen mucho capacidad de negociación para aumentar precio ya que existen muchas empresas que ofrecen internet y existen muchos tipos de suministradores de dominios por lo tanto siempre se puede cambiar de empresa. A lo dicho en los anteriores puntos, al existir varias empresas siempre se puede cambiar pero al hablar del tema supone un mayor problema ya que una vez lo tienes configurado en uno supone mucho trabajo el tener que cambiarlo

DAFO y CAME



DAFO: DAFO trabajo FP
Descripción del DAFO: DAFO para el proyecto final de FP

Matriz de factores

 Debilidades	 Amenazas
 Fácil sustitución	  Inflación/Crisis economica
 No todos sabrán utilizarlo	
 Fortalezas	 Oportunidades
 Servició más personalizado	  Mejor entendimiento de las tecnologías
 Optimización de tiempo	
 Innovador	



DAFO



Matriz de estrategias

Estrategia Supervivencia
Velocidad

Optimización de los tiempos para mejorar la eficiencia de los camareros haciendo que requieran de menos personal.

Debilidades
Amenazas

Fácil sustitución

Estrategia Supervivencia
Interfaz intuitiva y sencilla

Crear una interfaz fácil de usar para todos y que no suponga lioso o complicado.

Debilidades
Amenazas

No todos sabrán utilizarlo

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

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

MISIÓN

La misión de la empresa es ofrecer una mejora en el mundo de la hostelería para que aquellos que tengan alergias puedan comer más tranquilos y no tengan que esperar más tiempo para preguntar que lleva el plato que desea consumir.

VISIÓN

La visión de mi empresa es que la gran mayoría de restaurantes se familiaricen con este tipo de servicio ya que mejora bastante el tiempo que tardan los camareros y los clientes con alergias o intolerancias (que cada vez son más) tenga una experiencia más segura y buena.

VALORES CORPORATIVOS

Los principales valores de la empresa son los siguientes:


- La felicidad del cliente.
- La seguridad.
- El disfrute de los clientes

LOCALIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

LOCALIZACIÓN

Para mi empresa he decido escoger el coworking ULab que se encuentra en Alicante. He escogido esta opción ya que es la mejor relación calidad precio ya que son 176€ al mes con una gran variedad de servicios.

ULab Full
JORNADA COMPLETA



176€ + IVA

- Mensualidad de coworking completo.
Acceso Lunes a Viernes de 8am – 8:30 pm.
- Incluye puesto fijo (Dedicated desk) con posibilidad de dejar la pantalla.
- Acceso ilimitado a salas de reunión pequeñas
- **8h al mes** en las salas de reunión medianas y grandes.

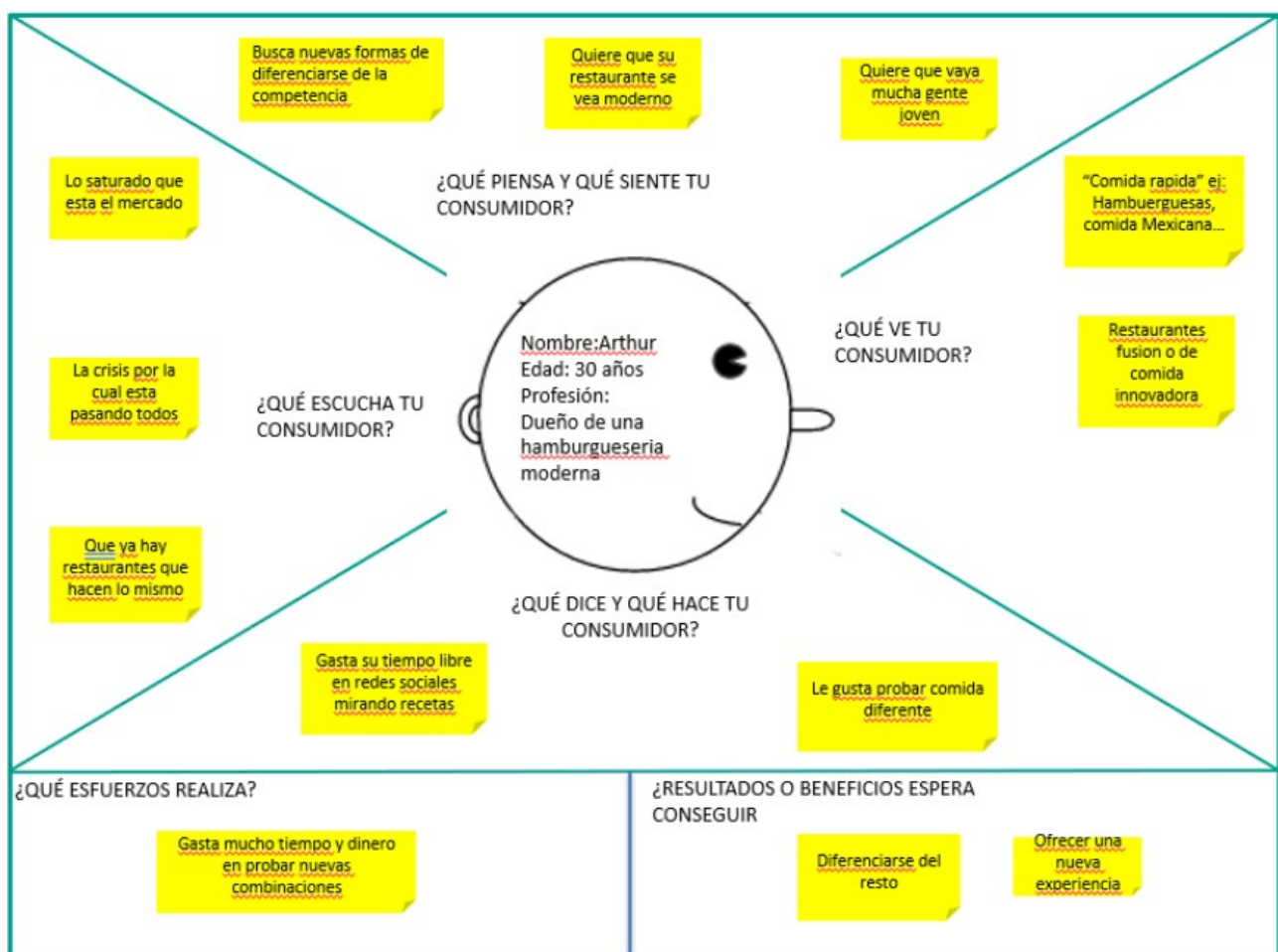
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

Se a decidido segmentar a los clientes en 2 principales grupos:

Geográficos: He optado por esta opción ya que principalmente mi servicio esta enfocado a venderse en zonas con gran cantidad de turistas.

Demográfico: He pensado que será más posible si jóvenes entre 25 a 35 años que tengan su propio restaurante opten por mi servicio ya que están más relacionados con las nuevas tecnologías.

MAPA DE EMPATÍA



MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio que se tiene pensado va a ser por suscripción. Los motivos por los cuales se a elegido esta opción y no otras es que al tener un menor coste al mes puede hacer que los restaurantes vean con una buena inversión y si tienen que recortar gastos en algún momento dado al tener un precio bajo harán que se lo piensen dos veces. También considero que este modelo de negocio es el más rentable para el servicio que ofrezco.

Socios Clave Se ira a eventos gastronómicos. Se hablara con varios dueños de restaurantes para forjar alianzas. También hablar con proveedores de comida o otro servicios a restaurantes para buscar una clientela común	Actividades Clave Se prepara plantillas para menús. También se buscara clientes a través de redes sociales o investigando. Recursos Clave Físicos: Se necesita de un servidor donde se alojara las web. Intelectuales: Conocimientos sobre servidores e informática. Humanos: Conforme la empresa vaya creciendo será necesario más empleados.	PROPUESTA DE VALOR LService ofrece una nueva forma de pedir y mostrar la carta del cualquier tipo de restaurante. Esta manera innovadora también permite filtrar los platos que ofrece el restaurante para separar aquellos que tengan cierto alergeno y así poder pedir de manera eficaz y segura.	Relación con los cliente Se buscara una atención dedicada y personalizada. Con posibilidad de anunciarse en la web Canales Los principales medios de mostrar el servicio será en web de cocina o redes sociales.	Segmentación de clientes El principal cliente que se busca son aquellos restaurantes como hamburgueserías o comida fusión que la lleve gente joven y enfocada a gente joven. Al presentar una nueva manera de ver las cosas podrán llamar la atención de más personas en especial un publico joven.
Estructura de costes Los principales gastos de la empresa estarán enfocados en mantener el servidor encendido todo el tiempo y en el marketing de la empresa para llegar al mayor publico posible.			FLUJOS DE INGRESO Se centra principal en un servicio de suscripción con varios niveles. El primer nivel será el servicio básico y con anuncios. El siguiente nivel será sin anuncios y por último el servicio más caro tendrá personalización para la carta con elementos del restaurantes y mejoras. Los precios se irán ajustando conforme la demanda.	

miro

PLAN DE MARKETING

POLÍTICA COMERCIAL Y MARKETING

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Yo he optado por ofrecer más valor por el mismo precio. El motivo por el cuál he elegido por esta idea es que al ser una manera de pedir y ver el menú puedo llegar a ser fácil de remplazar pero si por un precio razonable y de buena calidad puedo mantener a los cliente contentos.

HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO

PRODUCTO O SERVICIO

El servicio satisface al cliente ahorrándole tiempos muertos de los camareros o incluso se le da la posibilidad de de reducir al personal. También le ayuda a mejorar el tiempo muerto que puede tener un camarero mientras que realiza la comanda y la lleva a cocina. También hace que los clientes del restaurante coman más tranquilos.

PRECIO

El precio que se le plantea al producto son los siguientes:

La suscripción más barata seria de 240€ al año con una versión básica y sencilla del producto. Mientras que el precio de la otra versión sería de 600€ con personalización única y varias mejoras.

Como estrategia se a pensado regalar un mes gratis a los clientes que tengas un tiempo x de esta manera procurarán tener el servicio para obtener estas promociones.

PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Dado el tipo de servicio que ofrezco la mejor manera en los primeros años de la empresa será la venta personal. Esto se debe que el tipo de clientes que tengo ya que es un nicho muy específico.

DISTRIBUCIÓN

La distribución que se emplea para la empresa será directa ya que se busca mantenerse siempre al día con el cliente para mantenerlo todo en perfecto estado y también ya que la empresa misma ofrece todo el servicio sin ningún intermediario.

POLÍTICA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

No tendré empleados por ende no tengo que pagar el la seguridad social de dicho empleados.

El sueldo que me pondré sera de 900€ y tendré que pagar 253€ al mes por la cuota de autónomo.

PLAN DE OPERACIONES

Ahora se muestra cual seria el plan de operaciones de la empresa. Por lo que se puede observar al año se gasta un total de 15.996,88€ en realizar las tareas de la empresa. Grande parte del gasto se lo lleva la remuneración del emprendedor y después su respectiva cuota. Esto hace que el umbral de rentabilidad tenga 2 posibilidades ya que existen 2 tipos de precio, para el primer caso que es el 240€ al mes, sería necesario 67 restaurantes para no tener perdidas y tampoco ganancias. En cambio la otra opción, la de 600€ al mes, solo es necesario que sean 27 restaurantes para observar ni perdida ni ganancia.

	CONCEPTO	PRECIO	CONCEPTO	PRECIO
INFRAESTRUCTURAS (INSTALACIONES) (son ejemplos, cada uno que ponga lo que tenga y que quite lo que no tenga. Si hay que eliminar todas las celda, hazlo)	Ubicación física: cuota del coworking, alquiler, etc.	2.112€/año	Alojamiento y dominio web	48,88€/año
	Equipos portátiles	549€		
MARKETING Y PROMOCIÓN	Plan de marketing	500€/año		
RECURSOS HUMANOS	Remuneración mensual emprendedor/a	10.800€/año	Cuota de autónomo	3.036€/año

Costes fijos (total anual)	Euros (total anual)
• Coworking	2.112€
• Alojamiento y dominio	48,88€
• Remuneración emprendedor	10.800€
• Cuota de autónomo	3.036
	TOTAL:15.996,88€

Opción 1:

Umbral de rentabilidad = $15.996,88/240$

Umbral de rentabilidad = 66,65 restaurantes.

Opción 2:

Umbral de rentabilidad = $15.996,88 / 600$

Umbral de rentabilidad = 26,66 restaurantes.

Standard

La solución para sitios web profesionales

3 meses
0,99 €/mes
Después 4,99 €/mes *

AÑADIR

- ✓ 1 Dominio incluido gratis para siempre **
- ✓ 100 GB Espacio web con discos SSD
- ✓ Tráfico ilimitado
- ✓ 50 Cuentas de correo flexible
- ✓ Certificados SSL gratuitos para todos los dominios registrados con Hostalia
- ✓ WordPress Toolkit
- ✓ Aplicaciones autoinstalables

The screenshot shows the PCComponentes website. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Compromisos', 'Mi cuenta', and 'Mi cesta'. Below the navigation bar, there's a breadcrumb trail: 'Home > Ordenadores > Ordenadores Portátiles > Portátiles'. The main content area features a product listing for a 'Lenovo IdeaPad 1 15IAU7 Intel Core i5-1235U/16GB/1TB SSD/15.6\"

TRAMITACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Se a optado por ser un autónomo. El motivo por el cual esta elección es simple. El primer motivo es que no es necesario de ningún tramite complejo ya que simplemente es darte de alta como autónomo en el sistema y ya estaría. El segundo motivo es debido a que no requiere de una cantidad de capital que aportar por ende es la más barata de todas.

INVERSIÓN INICIAL Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

INVERSIÓN INICIAL

El principal y único bien de inversión de la empresa es el ordenador que se utilizara a diario para la realización de la actividad. Esta inversión es de 549€.

The screenshot shows the PCComponentes website interface. At the top, there's a navigation bar with the PCComponentes logo, a search bar, and links for 'Compromisos', 'Mi cuenta', and 'Mi cesta'. Below the navigation bar, there's a category breadcrumb: 'Home > Ordenadores > Ordenadores Portátiles > Portátiles'. The main product listing is for a 'Lenovo IdeaPad 1 15IAU7 Intel Core i5-1235U/16GB/1TB SSD/15.6"'. It features a 5-star rating from 18 reviews, a 'Vendido y enviado por PcComponentes' badge, and a 'Fecha de lanzamiento: 11/09/2023'. To the right of the product, there's a 'Oferta Navidad - Acierta con el regalo perfecto' banner and a price section showing '¡Precio mínimo histórico!' at '549.00€'. Below the price, it says 'Disponibilidad del producto' and 'Envío: Gratis | Devolución: Gratis Recíbelo mañana'. At the bottom right, there's an 'Añadir al carrito' button. The laptop image shows a blue and white design with a large screen displaying a nature scene.

FUENTE DE FINANCIACIÓN

La principal fuente de financiación inicial de la empresa sera de 3000€ apartados por el empresario, en esta situación yo, ya que tras un estudio y calculo de gastos se considero que no era necesario más y no hacia falta recurrir a otras fuentes de financiación ya sea bancos o otros tipos.

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

AMORTIZACIÓN DE LAS INVERSIONES

El coste del ordenador fue de 549€ y se a planeado usarlo durante 6 años. Tras calcular la cuota da como resultado 91,50€ al año.

PLAN DE TESORERÍA

El plan de tesorería de la empresa es el siguiente:

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sen	Oct	Nov	Dic	Total
3.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.000,00 €
0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
0,00 €	480,00 €	1.200,00 €	2.280,00 €	1.800,00 €	3.600,00 €	2.280,00 €	1.800,00 €	1.320,00 €	240,00 €	480,00 €	1.560,00 €	17.040,00 €
3.000,00 €	480,00 €	1.200,00 €	2.280,00 €	1.800,00 €	3.600,00 €	2.280,00 €	1.800,00 €	1.320,00 €	240,00 €	480,00 €	1.560,00 €	20.040,00 €
0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	176,00 €	2.112,00 €
549,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	549,00 €
0,00 €	0,00 €	0,00 €	250,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	250,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €
900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	10.800,00 €
253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	253,00 €	3.036,00 €
4,08 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	4,07 €	48,88 €
1.882,08 €	1.333,07 €	1.333,07 €	1.583,07 €	1.333,07 €	1.333,07 €	1.333,07 €	1.333,07 €	1.583,07 €	1.333,07 €	1.333,07 €	1.333,07 €	17.045,08 €
1.117,92 €	-853,07 €	-133,07 €	696,93 €	466,93 €	2.266,93 €	946,93 €	466,93 €	-263,07 €	-1.093,07 €	-853,07 €	226,93 €	2.994,12 €
1.117,92 €	264,85 €	131,77 €	828,70 €	1.295,63 €	3.562,56 €	4.509,49 €	4.976,41 €	4.713,34 €	3.620,27 €	2.767,19 €	2.994,12 €	

CUENTA DE RESULTADOS

Cuenta de resultados	Año 1	Cuenta de resultados	Año 1
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ventas	17.040,00 €	Alquiler	2.112,00 €
		Amortización de ordenador	91,50€
		Publicidad	500,00 €
		Salarios	10.800,00 €
		Seg.Social	3.036,00 €
		Dominio Web	48,88 €
Total ingresos de explotación	17.040,00 €	Total gastos de explotación	16.588,38 €
Ingresos financieros		Gastos Financieros	
Ingresos financieros	0	Gastos Financieros	0
Total ingresos financieros	0	Total gastos financieros	0
Resultados de explotación		451,62€	
Resultados financieros		0	
Resultados antes de impuestos		451,62€	

BALANCE PROVISIONAL

Activo no corriente	Neto patrimonial
Inmovilizado intangible	Fondos Propios: 3000€
Inmovilizado material	Capital social aportado por los socios: 0
Ordenadores: 549€	Beneficio: 451,62€
Amortización ordenadores: -91,5€	
Activo Corriente	Pasivo no corriente
Efectivo: 2.994,12 €	
Total activo: 3451,62€	Total neto y pasivo:3451,62€

CONCLUSIÓN

Tras varios meses de trabajo y de estudio sobre lo necesario para que Lservices sea una empresa real y rentable, se a llegado a las siguientes conclusiones:

Esta proyecto tiene un riesgo bastante notable que es si se caen en algún momento dado mi servicio que las perdidas respectivas del cliente pueden ser desastrosas y si se a de realizar una actualización o algún cambio se debería realizar a altas horas de la noche.

Esta empresa puede tener mucho futuro en zonas con una gran cantidad de restaurantes de clase media y baja. En especial zona con mucho transito de personas.

Por último esta empresa tanto Alicante como en Benidorm tendría un éxito moderado con el cual se podría generar unas pocas ganancia pero también se depende mucho de que se tenga éxito al comienzo o antes de las fechas de vacaciones o eventos de sociales.