

Plan de Empresas

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	4
1.1. LA IDEA.....	4
1.2. BREVE PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES.....	4
1.3. CRITERIOS SEGUIDOS PARA LA UBICACIÓN DE LA ACTIVIDAD.....	4
2. PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING.....	5
2.1. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR.....	5
2.2. ASPECTOS NOVEDOSOS DEL PRODUCTO O SERVICIO, DE SU PRODUCCIÓN O COMERCIALIZACIÓN.....	6
2.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EN EL QUE SE VA A DESARROLLAR LA ACTIVIDAD.....	7
2.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES.....	7
2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	8
2.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	11
2.7. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN E IMAGEN DE LA EMPRESA I.....	12
2.8. PRESUPUESTO DE MARKETING.....	12
2.9. CRITERIOS SEGUIDOS PARA FIJAR LOS PRECIOS.....	13
2.10. CÁLCULO Y PREVISIÓN DE LA CIFRA DE VENTAS EN BASE AL ESTUDIO DE MERCADO REALIZADO.....	15
3. PLAN DE PRODUCCIÓN Principales fases del proceso productivo o de la prestación de servicios.....	17
3.1. PROCESO DE FABRICACIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	18
3.2. CONTROLES DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE.....	19
3.3. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE EXISTENCIAS.....	20
3.4. DETERMINACIÓN DEL COSTE DE FABRICACIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	22
3.5. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.....	23
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	24
4.1. NECESIDADES DE PERSONAL PREVISTAS.....	24
4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL.....	27
4.3. ESTRUCTURA DE PERSONAL.....	28
4.4. POLÍTICA SALARIAL.....	29
PROMOTORES.....	29
4.5. ACUERDOS ENTRE SOCIOS.....	31
Toma de Decisiones.....	31
Gestión Financiera.....	31
Resolución de Conflictos.....	31
6. FORMA JURÍDICA.....	32

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. LA IDEA

La idea de iniciar la actividad empresarial surge de la creciente demanda de productos de tecnología, en particular componentes para ordenadores y periféricos, que han experimentado un auge en los últimos años debido al teletrabajo, los estudios online y el entretenimiento digital. La falta de un establecimiento especializado en la ciudad de León que ofrezca tanto productos de alta calidad como un servicio técnico cercano y especializado ha motivado la creación de este proyecto. La empresa se orientará a la venta de componentes de PC, accesorios y periféricos, así como a la prestación de servicios relacionados con la reparación, configuración y personalización de equipos informáticos. La idea es proporcionar a los clientes un lugar de referencia donde puedan encontrar tanto productos de marcas reconocidas como un servicio integral y personalizado.

1.2. BREVE PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

Los promotores del proyecto cuentan con una formación técnica en ingeniería informática y experiencia de más de cinco años en el sector de la tecnología, trabajando tanto en el desarrollo de software como en el ensamblaje y reparación de equipos informáticos. Además, uno de los promotores tiene formación en administración de empresas, lo que les ha permitido adquirir conocimientos en gestión empresarial, marketing y estrategia comercial. Esta combinación de formación técnica y empresarial les otorga una ventaja competitiva en la gestión del negocio, permitiendo no solo ofrecer productos de alta calidad sino también un servicio de atención al cliente excepcional y eficiente. La experiencia del equipo en la industria les ha permitido conocer las necesidades del mercado local y prever las tendencias de consumo.

1.3. CRITERIOS SEGUIDOS PARA LA UBICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La elección de **Granada** como ubicación se basa en varios factores clave:

- **Cercanía al cliente:** Granada, con su población diversa, especialmente estudiantes y pequeñas empresas, ofrece una gran demanda de productos y servicios informáticos, siendo una ciudad con gran afluencia de público.
- **Zonas de tránsito y conectividad:** La ubicación se ha elegido en una zona bien comunicada, lo que facilita el acceso tanto para clientes como para proveedores y optimiza la logística.
- **Cercanía a proveedores:** Granada tiene acceso a proveedores nacionales e internacionales de tecnología, lo que permite una rotación eficiente de stock y negociación de precios competitivos.

- **Coste de alquileres:** Comparado con otras grandes ciudades, el coste de alquiler en Granada es más bajo, lo que permite una mayor rentabilidad al reducir los gastos fijos.
- **Apoyos locales:** Existen iniciativas municipales y regionales de apoyo a emprendedores, lo que facilita el desarrollo del negocio.
- **Mano de obra cualificada:** Granada cuenta con una amplia oferta educativa en el sector tecnológico, lo que facilita la contratación de personal especializado a un coste competitivo.

2. PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING

2.1. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR

La empresa se dedica a la venta de **componentes y accesorios para ordenadores**, así como a la prestación de **servicios relacionados con la reparación, ensamblaje y personalización de PCs**. El mercado objetivo está compuesto principalmente por particulares, estudiantes, pequeños emprendedores y pequeñas empresas en **Granada** y sus alrededores, que buscan mejorar o actualizar sus equipos informáticos.

Productos y Servicios:

- **Productos:**
 1. **Componentes para PCs:** Placas base, procesadores, tarjetas gráficas, memorias RAM, discos duros, unidades SSD, fuentes de alimentación, sistemas de refrigeración y carcasas.
 2. **Periféricos y accesorios:** Teclados, ratones, monitores, auriculares, cámaras web, micrófonos, y cables diversos.
 3. **Software:** Sistemas operativos, programas de edición, antivirus y utilidades informáticas.
- **Servicios:**
 1. **Reparación y mantenimiento de equipos:** Diagnóstico, reparación de hardware y software, optimización del sistema.
 2. **Ensamblaje personalizado de PCs:** Construcción de PCs a medida según las necesidades del cliente (gaming, trabajo profesional, etc.).
 3. **Consultoría y asesoría tecnológica:** Orientación para la selección de componentes y configuración de equipos.

Características de los productos:

- **Calidad:** Se ofrecerán productos de marcas reconocidas en el mercado, como Intel, AMD, Nvidia, Corsair, ASUS, entre otras, garantizando la fiabilidad y durabilidad de los componentes.
- **Presentación y diseño:** Los productos serán presentados en su embalaje original, asegurando la integridad del producto y su correcta exposición en tienda, con opciones para compra en línea con entrega a domicilio. Los accesorios y periféricos se presentarán con un diseño atractivo y moderno.

- **Etiquetado y envasado:** Los productos estarán correctamente etiquetados con información clara sobre características, compatibilidad, y garantía, cumpliendo con las normativas legales.

Aspectos legales:

- La empresa se encargará de cumplir con todas las normativas locales sobre comercio y venta de productos tecnológicos. Esto incluye **licencias de actividad, registro de la empresa** y cumplir con las leyes de **protección al consumidor**.
- Los productos comercializados tendrán las correspondientes **garantías** de acuerdo con la legislación española y europea.
- En cuanto a los **servicios** de reparación y ensamblaje, la empresa proporcionará **presupuestos previos** a los clientes y asegurará el cumplimiento de las normativas de seguridad y protección de datos.

Comparación con la competencia:

- A diferencia de la competencia local, que generalmente se enfoca en la venta de productos en grandes cantidades o en servicios más generales, nuestra empresa se diferenciará por ofrecer una **atención al cliente personalizada, asesoramiento técnico especializado y productos de alta calidad**.
- Además, ofreceremos servicios como el **ensamblaje a medida y consultoría tecnológica**, algo que no es común entre los comercios de informática en Granada.

Evolución y cambios futuros:

- A medida que la demanda por componentes de PC especializados (para gaming, diseño 3D, y edición de video) crezca, la empresa planea incorporar **nuevas líneas de productos** más avanzados, así como expandir sus servicios de **personalización de equipos**.
- Se prevé la **adaptación al mercado de la inteligencia artificial**, con la oferta de equipos optimizados para estas tecnologías, así como el **aumento de la venta online** para atender una clientela más amplia fuera de Granada.
- A largo plazo, la empresa podría ampliar su catálogo con **productos relacionados con la domótica y la inteligencia artificial aplicada a hogares y oficinas**, siguiendo las tendencias tecnológicas emergentes.

2.2. ASPECTOS NOVEDOSOS DEL PRODUCTO O SERVICIO, DE SU PRODUCCIÓN O COMERCIALIZACIÓN

El **aspecto novedoso** de la empresa radica en su **enfoque integral y personalizado**, que la diferencia de la competencia local en el sector de componentes para PC y servicios informáticos. Algunos de los aspectos que hacen único este proyecto incluyen:

- **Asesoramiento personalizado y a medida:** A diferencia de otros comercios que simplemente venden productos, nuestra empresa se centrará en ofrecer una **experiencia personalizada** para cada cliente. Esto incluye **asesoramiento técnico especializado** sobre la configuración de componentes y la construcción de PCs a

medida, adaptados a las necesidades específicas de los usuarios, ya sea para gaming, diseño gráfico o trabajo profesional.

- **Servicio integral:** Ofreceremos no solo la venta de productos, sino también **servicios de reparación, optimización y ensamblaje** de PCs, creando una relación a largo plazo con los clientes, quienes podrán confiar en nosotros para mantener y mejorar sus equipos a lo largo del tiempo.
- **Venta online con entrega personalizada:** Aunque la venta online es común, la empresa se diferenciará por ofrecer un **servicio de atención al cliente proactivo**, con asesoramiento a distancia y envíos rápidos. Además, los clientes podrán **personalizar sus pedidos online**, asegurando que sus componentes se ajusten perfectamente a sus necesidades.
- **Calidad y garantía:** La empresa trabajará únicamente con **marcas de alta calidad** y ofrecerá garantías extendidas en productos y servicios, lo que proporciona a los clientes una seguridad adicional que no siempre se encuentra en competidores más grandes.

2.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EN EL QUE SE VA A DESARROLLAR LA ACTIVIDAD

El sector está en **crecimiento continuo**, impulsado por:

- **Tendencias clave:**
 - **Auge del gaming**, aumentando la demanda de componentes de alto rendimiento.
 - **Expansión del teletrabajo y la educación online**, impulsando la compra de equipos optimizados para productividad.
 - **Avances tecnológicos**, como inteligencia artificial y realidad virtual, generando nuevas necesidades de hardware.
- **Factores influyentes:**
 - **Innovación constante**, exigiendo actualización continua de productos.
 - **Escasez de semiconductores**, impactando disponibilidad y precios.
 - **Ubicación estratégica en Granada**, con menor saturación de mercado y demanda estable por la cercanía a la Universidad.
- **Estacionalidad:**
 - **Altas ventas:** septiembre-octubre, Navidad y Black Friday.
 - **Bajas ventas:** verano.
- **Canales de distribución:**
 - **Modelo híbrido:** tienda física para clientes locales y tienda online con alcance nacional.
 - **Colaboración con marketplaces** para mayor visibilidad y ventas.
-

2.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES

Clientes particulares:

- **Edad:** Principalmente entre **18 y 45 años**, con énfasis en **jóvenes adultos** (18-30 años), estudiantes y profesionales.
- **Sexo y nivel adquisitivo:** Hombres y mujeres, con un poder adquisitivo **medio y medio-alto**, que buscan **productos de calidad** a buen precio, especialmente para **gaming, teletrabajo y educación online**.
- **Dónde viven:** Residentes en **Granada** y sus alrededores, con una posible expansión online.
- **Motivaciones de compra:** Necesidad de **actualización de equipos y personalización**, buscando productos de alto rendimiento y servicios como **reparación y optimización**. Compran principalmente por **internet**, pero también en tienda física.

Clientes empresariales (B2B):

- **Tipo de empresas:** Pequeñas y medianas empresas (PYMEs) del sector tecnológico, marketing, diseño gráfico y similares, con **2-10 años** en el mercado.
- **Proveedores actuales:** Trabajan con distribuidores mayoristas, pero buscan opciones especializadas.
- **Motivaciones de compra:** Prioridad en **calidad y servicio**, con una alta necesidad de **mantenimiento y renovación** de equipos. Buscan **agilidad en el servicio y soporte postventa**.

Estrategias de contacto:

- Para **particulares**, se usará marketing digital enfocado en **asesoramiento personalizado** y promociones.
- Para **empresas**, se hará **contacto directo** con ofertas **corporativas** y servicios **personalizados**.

2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competidores principales:

- **Grandes cadenas (MediaMarkt, PCComponentes):** Ofrecen productos y accesorios informáticos con gran presencia física y online, atrayendo a un gran volumen de clientes con precios competitivos.
- **Tiendas locales especializadas:** Ofrecen productos y servicios similares a menor escala, destacándose por atención personalizada y una base de clientes local.
- **Empresas online (Amazon, Aliexpress):** Venden una amplia gama de productos a precios bajos, pero sin servicios como ensamblaje o reparación de equipos.

Estrategias de marketing:

- **Grandes cadenas:** Campañas agresivas de descuentos durante temporadas altas y marketing digital masivo.
- **Tiendas locales:** Marketing basado en el boca a boca y atención personalizada, buscando fidelizar a clientes locales.
- **Empresas online:** Precios bajos y variedad de productos, con envíos rápidos y devoluciones flexibles, pero sin servicios especializados.

Clientes:

- **Grandes cadenas:** Atraen a clientes que buscan precios competitivos y conveniencia.
- **Tiendas locales:** Tienen una base de clientes más fiel que busca personalización y contacto directo.
- **Empresas online:** Atraen a consumidores que priorizan precios bajos y comodidad de compra.

Tiempo en el mercado:

- **Grandes cadenas:** Más de 10 años en el mercado con una presencia consolidada.
- **Tiendas locales:** Entre 5 y 10 años, con una clientela más pequeña pero fiel.
- **Empresas online:** Con años de experiencia global en venta online.

Imagen de la competencia:

- **Grandes cadenas:** Fiabilidad, pero sin oferta personalizada.
- **Tiendas locales:** Cercanía y personalización, pero con una oferta limitada.
- **Empresas online:** Precios bajos y variedad, pero impersonalidad y falta de servicios postventa.

Aspecto	Ventajas del Proyecto	Desventajas del Proyecto
Atención personalizada	Ofrecemos un servicio más personalizado , con asesoramiento técnico y productos a medida .	La competencia de grandes cadenas no ofrece un trato tan cercano ni personalizado.
Variedad de productos	Productos especializados y opciones de personalización que no siempre están disponibles en grandes cadenas.	Oferta limitada de productos comparado con grandes competidores como MediaMarkt o Amazon .

Servicios postventa	Proporcionamos mantenimiento, reparación y soporte técnico especializado.	Algunas tiendas locales ofrecen estos servicios, pero no con la misma capacidad de respuesta ni tecnología.
Ubicación local	La tienda física en Granada nos permite ofrecer un trato directo y personalizado a los clientes locales.	Las grandes cadenas tienen más puntos de venta y mayor presencia física en todo el país.
Precios	Competimos con precios competitivos sin sacrificar la calidad ni el servicio.	No podemos competir en precios bajos de productos masivos como lo hacen Amazon o PCComponentes .

Posibles acciones ante las desventajas:

Atención personalizada:

Asesoramiento técnico y personalización:

- **Acción:** Resaltar el trato cercano y la asesoría experta que las grandes cadenas no pueden ofrecer.
- **Beneficio:** Fomentar la fidelización de clientes que valoran la atención personalizada.

Variedad de productos:

- **Acción:** Ampliar la oferta con productos especializados y opciones personalizadas, buscando alianzas exclusivas con proveedores.
- **Beneficio:** Atraer a clientes que buscan productos únicos y de nicho.

Servicios postventa:

- **Acción:** Ofrecer mantenimiento y reparación rápidos, con tecnología avanzada y atención superior a la de las tiendas locales.
- **Beneficio:** Diferenciarse de la competencia, convirtiendo el soporte postventa en un factor decisivo para los clientes.

Ubicación local:

- **Acción:** Aprovechar la cercanía en Granada para ofrecer un trato personalizado, mientras se potencia la venta online.
- **Beneficio:** Atraer a clientes locales y expandir la audiencia a nivel nacional.

Precios:

- **Acción:** Ofrecer precios competitivos sin sacrificar calidad, implementando promociones para clientes recurrentes.
- **Beneficio:** Atraer clientes que buscan calidad a un precio razonable, valorando el servicio adicional.
-

2.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El producto se comercializará a través de los siguientes canales de distribución:

1. **Venta directa:** La tienda física en Granada permitirá a los clientes comprar directamente en el local, con atención personalizada y asesoramiento técnico.
2. **Tienda online:** A través de nuestra página web, los clientes podrán comprar productos de manera cómoda, con un proceso de compra rápido, envío a domicilio y opción de soporte online.
3. **Marketplaces:** Para aumentar nuestra visibilidad y llegar a más clientes, se establecerán alianzas con plataformas de venta como **Amazon** o **eBay**, lo que permitirá ofrecer nuestros productos en un canal de gran alcance.
4. **Distribuidores locales y tiendas especializadas:** Colaboraremos con distribuidores y tiendas locales especializadas en tecnología o productos informáticos, ampliando la disponibilidad de nuestros productos en otras regiones fuera de Granada.
5. **Prescriptores:** Buscaremos que **influencers y expertos** en tecnología recomienden nuestros productos a través de **redes sociales y canales de YouTube**, creando una **comunidad de clientes** que confíen en sus recomendaciones.

2.7. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN E IMAGEN DE LA EMPRESA I

Imagen de la empresa:

La imagen se centra en transmitir **confianza**, **especialización** y **cercanía**, destacando la experiencia en componentes informáticos y el trato personalizado en Granada. El nombre "PC Components Granada" refleja nuestra **especialización** y **ubicación local**, lo que nos permite ofrecer un enfoque más cercano a los clientes.

Acciones comerciales previstas:

1. **Campañas publicitarias:**
 - **Online:** Google Ads, Facebook Ads, y SEO para atraer clientes a la tienda online.
 - **Offline:** Publicidad en medios locales (prensa, radio) y folletos en zonas clave de Granada.
2. **Promociones:** Descuentos especiales y ofertas de 2x1 durante **Black Friday**, **Navidad** y **Vuelta al cole**, además de descuentos para clientes recurrentes o compras grandes.
3. **Medios:** Combinación de **medios digitales** (redes sociales, email marketing) y **medios tradicionales** (radio, prensa, vallas publicitarias).
4. **Decoración y papelería:** Tienda con decoración moderna en colores **azul**, **gris** y **negro** para transmitir profesionalismo. Papelería coherente con la imagen de la empresa.
5. **Ropa de trabajo:** Uniformes con el **logotipo** de la empresa, cómodos y profesionales, para mayor reconocimiento de marca.

Meses clave para las acciones:

- **Enero - Marzo:** Promociones de inicio de año y nuevos productos.
- **Mayo - Junio:** Preparación de promociones de verano y vuelta al cole.
- **Septiembre - Octubre:** Campañas pre-navidad y Black Friday.
- **Noviembre - Diciembre:** Promociones especiales de Navidad.

2.8. PRESUPUESTO DE MARKETING

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Papelería	€500	€600	€700
Publicidad en medios de comunicación	€3,00	€4,00	€5,00
Carteles, buzono y mailing	€1,50	€1,80	€2,10

Regalos publicitarios (bolígrafos, calendarios, etc.)	€800	€900	€1,00
Promoción de ventas (descuentos, muestras, etc.)	€2,00	€2,50	€3,00
Ropa de empresa	€1,00	€1,20	€1,40
Rotulación de vehículos de empresa	€1,20	€1,20	€1,20
Internet	€1,50	€1,80	€2,10
Otros	€500	€600	€700
TOTAL	€12,00	€14,60	€17,20

El presupuesto contempla un aumento progresivo en varias partidas para apoyar el crecimiento del negocio.

- **Papelería:** Se destinan €500 el primer año para material corporativo (tarjetas, sobres, papel membretado), aumentando a €700 en el tercer año.
- **Publicidad en medios:** Se invertirán €3,000 en el primer año en anuncios en prensa, radio y TV, incrementándose a €5,000 en el tercer año.
- **Carteles, buzoneo y mailing:** La inversión inicial de €1,500 en materiales promocionales subirá a €2,100.
- **Regalos publicitarios:** Se asignarán €800 para artículos promocionales como bolígrafos y calendarios, con un leve aumento a €1,000.
- **Promoción de ventas:** Se destinan €2,000 en el primer año para descuentos y muestras, aumentando hasta €3,000.
- **Ropa de empresa:** Se invertirán €1,000 en uniformes, llegando a €1,400 en el tercer año.
- **Rotulación de vehículos:** Se mantiene en €1,200 anuales.
- **Internet:** Se destinan €1,500 para presencia digital, aumentando a €2,100 en el tercer año.
- **Otros gastos:** Se reservan €500 inicialmente, aumentando a €700.

2.9. CRITERIOS SEGUIDOS PARA FIJAR LOS PRECIOS

Costes directos e indirectos: Incluirán los costes de compra, transporte, almacenamiento, salarios, alquiler, y otros gastos generales.

Costes unitarios: Se calculará el coste total de cada producto sumando los costes directos e indirectos, aplicando un margen de beneficio adecuado.

Precios medios de mercado: Se analizarán los precios de competidores como **Amazon** y **PCComponentes** para garantizar competitividad.

Poder adquisitivo de los clientes: Los precios se ajustarán según los diferentes segmentos de clientes, buscando accesibilidad para el público general y precios más altos para nichos especializados.

Estrategia de precios competitivos: Se aplicarán precios razonables, basados en la **relación calidad-precio**, con **descuentos y promociones** para incentivar compras y fidelizar clientes.

Producto	Precio 1	Precio 2	Precio 3	Precio 4	Precio 5	Descuento (%)	Precio Final
Placas base	€150	€120	€90	€130	€100	30%	€130
Procesadores	€200	€160	€120	€170	€140	21%	€170
Tarjetas gráficas	€300	€250	€200	€260	€220	18%	€260
Memorias RAM	€50	€40	€30	€45	€35	29%	€45
Discos duros	€60	€50	€40	€55	€45	22%	€55
Unidades SSD	€80	€60	€40	€70	€55	27%	€70
Fuentes de alimentación	€70	€50	€30	€60	€45	33%	€60
Sistemas de refrigeración	€40	€30	€20	€35	€25	40%	€35
Teclados	€30	€20	€10	€25	€15	67%	€25
Ratones	€20	€15	€10	€18	€12	50%	€18
Monitores	€200	€150	€100	€170	€130	31%	€170
Auriculares	€50	€30	€20	€40	€25	60%	€40
Cámaras	€30	€20	€10	€25	€15	67%	€25

web							
Micrófonos	€40	€30	€20	€35	€25	40%	€35
Cables diversos	€10	€5	€3	€8	€4	100%	€8
Reparación y mantenimiento de equipos	€100	€80	€60	€90	€70	29%	€90
Ensamblaje personalizado de PCs	€200	€150	€100	€180	€140	29%	€180
Consultoría y asesoría tecnológica	€50	€40	€30	€45	€35	29%	€45

2.10. CÁLCULO Y PREVISIÓN DE LA CIFRA DE VENTAS EN BASE AL ESTUDIO DE MERCADO REALIZADO

Producto	Cantidad	Importe unitario	Coste unitario de la venta	Total ventas si iva	Coste de la venta
Placas base	500	130,00 €	100,00 €	65,00 €	50,00 €
Procesadores	400	170,00 €	140,00 €	68,00 €	56,00 €
Tarjetas gráficas	300	260,00 €	220,00 €	78,00 €	66,00 €
Memorias RAM	600	45,00 €	35,00 €	27,00 €	21,00 €
Discos duros	700	55,00 €	45,00 €	38,50 €	31,50 €
Unidades SSD	400	70,00 €	55,00 €	28,00 €	22,00 €
Fuentes de alimentación	500	60,00 €	45,00 €	30,00 €	22,50 €
Sistemas de refrigeración	300	35,00 €	25,00 €	10,50 €	7,50 €
Teclados	800	25,00 €	15,00 €	20,00 €	12,00 €
Ratones	900	18,00 €	12,00 €	16,20 €	10,80 €
Monitores	200	170,00 €	130,00 €	34,00 €	26,00 €

Auriculares	500	40,00 €	25,00 €	20,00 €	12,50 €
Cámaras web	400	25,00 €	15,00 €	10,00 €	6,00 €
Micrófonos	300	35,00 €	25,00 €	10,50 €	7,50 €
Cables diversos	1.000	8,00 €	4,00 €	8,00 €	4,00 €
Reparación y mantenimiento de equipos	500	90,00 €	70,00 €	45,00 €	35,00 €
Ensamblaje personalizado de PCs	200	180,00 €	140,00 €	36,00 €	28,00 €
Consultoría y asesoría tecnológica	300	45,00 €	35,00 €	13,50 €	10,50 €

Criterios utilizados para determinar la cifra de ventas • Observaciones/explicaciones de la cifra de ventas:

1. **Análisis de Mercado:** Se ha estudiado la demanda de componentes de PC, accesorios y servicios en Granada, enfocándose en estudiantes, pequeñas empresas, emprendedores y particulares.
2. **Demanda Estimada:** Se han considerado las tendencias de consumo y la estacionalidad (vuelta al colegio, navidad, Black Friday, etc.) para estimar las ventas.
3. **Precios de Productos y Servicios:** Los precios se han fijado competitivamente, equilibrando calidad y coste para atraer a clientes que buscan buena relación calidad-precio.
4. **Coste Unitario de la Venta:** Se ha calculado el coste de cada producto, considerando materiales, mano de obra y otros gastos, para asegurar rentabilidad.
5. **Estrategias de Marketing y Distribución:** Se han planificado campañas publicitarias online y offline, con ventas tanto físicas como online, y colaboración con marketplaces para aumentar el alcance.
6. **Apoyo Local e Iniciativas Municipales:** Se ha considerado el apoyo local y regional para emprendedores, que puede favorecer el crecimiento del negocio.

Observaciones:

- La **estimación de ventas** es conservadora, debido a la competencia y la escasez de semiconductores.
- Se ha calculado un **margen de beneficio adecuado** para asegurar la rentabilidad.
- Se espera un **crecimiento del 10% en ventas** para el segundo año, reflejando el crecimiento y consolidación de la marca.
- La **estrategia de ventas** es flexible y se ajustará según el mercado y las necesidades de los clientes.

• Estacionalidad.

Mayor Venta:

- **Septiembre y Octubre:** Vuelta al colegio, con demanda de nuevos equipos informáticos.
- **Navidad:** Regalos tecnológicos como tarjetas gráficas, procesadores y auriculares.
- **Black Friday y Rebajas de Verano:** Gran demanda debido a las ofertas y descuentos.

Menor Venta:

- **Verano (Julio y Agosto):** Disminución de la demanda por las vacaciones.

• Formas y plazos de cobro.

- **Pago en Efectivo:** Para compras en la tienda física, rápido y directo.
- **Tarjeta de Crédito/Débito:** Disponible en tienda y online, segura y cómoda.
- **Transferencia Bancaria:** Ideal para compras online y pedidos personalizados.
- **Plataformas de Pago Online:** Como PayPal o Stripe, útiles para pagos internacionales.
- **Financiación:** Disponibles para compras de mayor valor, con cuotas mensuales.

Plazos de Cobro:

- **Pago Inmediato:** Para transacciones de bajo valor, asegurando un flujo de caja saludable.
- **Pago a 30 Días:** Para clientes B2B regulares con buena relación crediticia.
- **Plan de Financiación:** Plazos de hasta 12 meses para compras mayores, con evaluación de solvencia del cliente.

Explicación breve del régimen de IVA aplicable:

Tipo de IVA: 21% para la mayoría de productos y servicios, como componentes para PCs, periféricos, software y servicios técnicos (reparación, ensamblaje, consultoría).

Excepciones: No hay excepciones o reducciones aplicables en este caso.

3. PLAN DE PRODUCCIÓN Principales fases del proceso productivo o de la prestación de servicios

3.1. PROCESO DE FABRICACIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- Descripción técnica del producto o servicio que vamos a prestar

La empresa se dedica a la venta de componentes y accesorios para ordenadores, incluyendo productos como placas base, procesadores, tarjetas gráficas, RAM, discos duros, SSD, fuentes de alimentación, sistemas de refrigeración y carcasas, además de periféricos como teclados, ratones, monitores y auriculares. También ofrece software como sistemas operativos, programas de edición y antivirus. Además, brinda servicios de reparación y mantenimiento de equipos, ensamblaje personalizado de PCs y consultoría tecnológica.

- Descripción del proceso de elaboración del producto o servicio: organización de cada fase, gestión de tiempos, tecnología y maquinaria a utilizar. Especificar las partes del proceso que se subcontratarán.

Adquisición de Productos: Se establecerán relaciones con proveedores nacionales e internacionales para asegurar un suministro constante de productos de calidad. Se realizará un seguimiento de inventarios y se harán pedidos anticipados para evitar desabastecimientos, sin necesidad de tecnología o subcontratación.

Almacenamiento y Gestión de Stock: Se organizará un almacén por categorías y marcas, utilizando un sistema de gestión de inventarios y etiquetas RFID para controlar el stock en tiempo real. Se realizarán controles periódicos para garantizar la disponibilidad de productos sin subcontratación.

Venta de Productos: Las ventas se realizarán tanto en la tienda física como en línea. Se utilizarán sistemas de punto de venta (POS) y plataformas de comercio electrónico. El servicio al cliente será rápido y eficiente, sin subcontratar procesos.

Prestación de Servicios:

- **Reparación y Mantenimiento:** Se contará con un taller equipado con herramientas y software de reparación. Los tiempos de reparación se gestionarán según urgencia y complejidad, sin subcontratar.
- **Ensamblaje Personalizado de PCs:** Se dispondrá de un área dedicada para construir PCs a medida, gestionando eficientemente los tiempos y utilizando herramientas especializadas, sin subcontratación.
- **Consultoría y Asesoría Tecnológica:** Se ofrecerá asesoramiento técnico personalizado para seleccionar componentes y configurar equipos, utilizando herramientas de análisis y software de gestión de proyectos, sin subcontratar.

- Capacidad productiva de la empresa.

La capacidad productiva de la empresa se estima en 500 componentes de PC, 400 periféricos y accesorios vendidos, y 300 clientes atendidos anualmente. En servicios, se prevé realizar 200 reparaciones y mantenimientos, ensamblar 100 PCs personalizados y brindar asesoría tecnológica a 150 clientes por año.

3.2. CONTROLES DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE

- Indicar el método previsto para comprobar la calidad de los productos o servicios durante y al final del proceso.

La empresa implementa controles de calidad tanto durante como al final del proceso de venta y prestación de servicios para asegurar la satisfacción del cliente.

Controles durante el proceso:

- **Recepción y almacenamiento de productos:** Inspección visual para detectar daños, verificación de especificaciones y almacenamiento adecuado.
- **Venta de productos:** Asesoramiento técnico y demostración de funcionalidad de ciertos productos.
- **Prestación de servicios:** Diagnóstico inicial, seguimiento del proceso y pruebas de funcionamiento tras reparaciones o ensamblajes.

Controles al final del proceso:

- **Verificación final de productos:** Revisión completa de productos y comprobación de etiquetado.
- **Entrega de productos y servicios:** Confirmación de pedido, explicación de garantías y solicitud de retroalimentación a través de encuestas de satisfacción.
- **Atención a quejas y reclamaciones:** Procedimiento para resolver problemas de manera eficiente y mantener la confianza del cliente.

- Impacto ambiental.

Aunque su impacto ambiental es bajo en comparación con otras industrias, se deben considerar varios aspectos:

1. **Consumo de Energía:** Se recomienda utilizar sistemas eficientes como luces LED y control de temperatura inteligente en la tienda física y optimizar el consumo de energía en servicios de reparación y ensamblaje.
2. **Gestión de Residuos Electrónicos (RAEE):** Es importante establecer un sistema adecuado de reciclaje para los residuos electrónicos y educar a los clientes sobre la importancia del reciclaje.

3. **Emisiones de CO2:** Se sugiere trabajar con proveedores locales y utilizar medios de transporte sostenibles para reducir las emisiones de CO2, así como fomentar el uso de transporte público o compartido entre el personal.
4. **Uso de Recursos Materiales:** Se debe optar por embalajes ecológicos y biodegradables y promover prácticas de ahorro y reutilización en materiales de oficina.
5. **Responsabilidad Social Empresarial:** La empresa debe comprometerse con la protección del medio ambiente, implementar prácticas sostenibles y colaborar con organizaciones ambientales para aumentar su visibilidad y contribuir a la sostenibilidad.

3.3. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE EXISTENCIAS

- Definición de las materias primas y suministros necesarios. Gestión de existencias. Almacenaje (capacidad y costes).

Productos:

- Componentes para PCs: Placas base, procesadores, tarjetas gráficas, RAM, discos duros, SSD, fuentes de alimentación, refrigeración y carcasas.
- Periféricos y accesorios: Teclados, ratones, monitores, auriculares, cámaras web, micrófonos, cables.
- Software: Sistemas operativos, programas de edición, antivirus y utilidades informáticas.

Suministros:

- **Embalajes:** Cajas, bolsas, etiquetas, etc.
- **Herramientas y equipos técnicos:** Herramientas de diagnóstico, equipos de soldadura, software de reparación.
- **Material de oficina:** Papel, cartuchos de tinta, impresoras, computadoras.

Gestión de Existencias: Se implementará un sistema de gestión de inventario para controlar los niveles de stock, realizar pedidos programados a los proveedores y optimizar la reposición. Además, se establecerán niveles de stock mínimo y máximo y se aplicará la rotación FIFO para evitar el deterioro de productos.

Almacenaje: El almacén tendrá una capacidad de 500 m² para almacenar hasta 1,000 unidades de cada producto. Los costes de almacenaje se estiman en €1,500 al mes, incluyendo alquiler, mantenimiento, seguridad y otros gastos.

- Listado de proveedores (nombres, productos, precios, calidades, condiciones de pago, plazos de entrega, transporte, etc.) y otras posibles fuentes de abastecimiento. Contactos establecidos.

Proveedor	Productos	Precios	Calidad	Términos	Plazo de entrega	Envío
Intel Corporation	Procesadores, placas base	Precios competitivos en línea con el mercado	Alta calidad, reconocida marca global	Términos netos a 30 días	5-7 días laborables	Envío por proveedor
AMD	Procesadores, tarjetas gráficas	Precios competitivos en línea con el mercado	Alta calidad, reconocida marca global	Términos netos a 30 días	5-7 días laborables	Envío por proveedor
Nvidia Corporation	Tarjetas gráficas	Precios competitivos en línea con el mercado	Alta calidad, reconocida marca global	Términos netos a 30 días	5-7 días laborables	Envío por proveedor
Corsair Components Inc.	Memorias RAM, fuentes de alimentación, sistemas de refrigeración	Precios competitivos en línea con el mercado	Alta calidad, reconocida marca global	Términos netos a 30 días	5-7 días laborables	Envío por proveedor
ASUS Tek Computer Inc.	Placas base, periféricos	Precios competitivos en línea con el mercado	Alta calidad, reconocida marca global	Términos netos a 30 días	5-7 días laborables	Envío por proveedor

Proveedor	Productos	Precios	Calidad	Términos	Plazo de entrega	Envío
MediaMarkt España	Componentes para PCs, accesorios y software	Precios competitivos en línea con el mercado	Buena calidad, amplia gama de productos	Términos netos a 60 días	3-5 días laborables	Envío por proveedor
PCComponentes.com	Componentes para PCs, accesorios y software	Precios competitivos en línea con el mercado	Buena calidad, amplia gama de productos	Términos netos a 45 días	2-4 días laborables	Envío por proveedor
Amazon.es	Componentes para PCs, accesorios y software	Precios competitivos en línea con el mercado	Buena calidad, amplia gama de productos	Términos netos a 30 días	1-3 días laborables	Envío por proveedor
Newegg.com	Componentes para PCs, accesorios y software	Precios competitivos en línea con el mercado	Buena calidad, amplia gama	Términos netos a 30 días	5-10 días laborables	Envío por proveedor

	software	el mercado	de productos			
Aliexpress.com	Componentes para PCs, accesorios y software	Precios bajos	Calidad variable, dependiendo del proveedor	Términos netos a 60 días	15-30 días laborables	Envío por proveedor

Los promotores del proyecto tienen una sólida red de contactos con proveedores clave en el sector tecnológico. Estas relaciones incluyen:

- **Intel Corporation:** Más de tres años de relación, comprando procesadores y placas base.
- **AMD:** Colaboración de más de dos años, adquiriendo procesadores y tarjetas gráficas.
- **Nvidia Corporation:** Alianzas de más de cuatro años, obteniendo tarjetas gráficas de última generación.
- **Corsair Components Inc.:** Relación comercial de más de cinco años, con compras de memorias RAM, fuentes de alimentación y sistemas de refrigeración.
- **ASUS Tek Computer Inc.:** Más de tres años trabajando juntos, adquiriendo placas base y periféricos.

3.4. DETERMINACIÓN DEL COSTE DE FABRICACIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

1. **Adquisición de Productos:**
 - Componentes para PCs (placas base, procesadores, tarjetas gráficas, etc.).
 - Periféricos y accesorios (teclados, ratones, monitores, etc.).
 - Software (sistemas operativos, programas de edición, antivirus, etc.).
2. **Transporte y Logística:** Representa un 5% del coste de adquisición de los productos.
3. **Almacenamiento:** Incluye el alquiler, electricidad, agua y mantenimiento del almacén, representando un 2% del coste de adquisición.

Costes Indirectos:

1. **Mano de Obra:**
 - Personal técnico para reparación y configuración (10% del coste de adquisición).
 - Personal administrativo para gestión y atención al cliente (5% del coste de adquisición).
2. **Gastos Generales:**
 - Alquiler del local físico (3% del coste de adquisición).
 - Consumo de electricidad y agua en la tienda (1% del coste de adquisición).
 - Seguro del local y productos en stock (1% del coste de adquisición).

- Publicidad y marketing (5% del coste de adquisición).

3.5. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

- Municipales, fiscales, laborales, sanitarias, titulación, acreditaciones específicas, etc

Licencias Municipales:

1. **Licencia de Actividad:** Permite el funcionamiento de la tienda física, obtenida mediante solicitud en el ayuntamiento con documentación adecuada.
2. **Licencia de Apertura:** Verifica que el local cumpla con las normativas de seguridad, higiene y accesibilidad antes de abrir al público.

Licencias Fiscales:

1. **Registro en el Régimen Especial de IVA:** Para poder facturar y declarar el impuesto correspondiente.
2. **Modelo 036/037:** Presentación ante la Agencia Tributaria para comunicar el inicio de la actividad económica.

Licencias Laborales:

1. **Contratación de Personal:** Alta en la Seguridad Social y cumplimiento de obligaciones laborales.
2. **Prevención de Riesgos Laborales:** Implementación de un plan para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

Licencias Sanitarias:

- Cumplir con las normativas municipales y autonómicas de higiene y salubridad, aunque no se manejen productos peligrosos.

Titulación y Acreditaciones Específicas:

1. **Formación Técnica:** Los promotores deben contar con formación técnica en ingeniería informática, y si se contrata personal adicional, asegurarse de su titulación y experiencia.
2. **Certificaciones:** Obtención de certificaciones de marcas reconocidas como Intel, AMD o Nvidia, según sea necesario.

Otras Autorizaciones:

1. **Autorizaciones Ambientales:** Para la gestión de residuos electrónicos, inscribirse en el Registro de Productores Responsables y adoptar medidas de reciclaje.

2. **Autorizaciones de Comercio Electrónico:** Cumplir con normativas de protección de datos, publicar una política de privacidad, y condiciones de venta para las transacciones online.

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. NECESIDADES DE PERSONAL PREVISTAS

- Número de horas de trabajo necesarias, número de empleados necesarios, jornada de trabajo, horarios, organigrama, definición de tareas y responsabilidades de cada trabajador, política salarial, convenio colectivo que regula la actividad, etc.

Número de Horas de Trabajo Necesarias:

- **Tienda Física:** 200 horas semanales para atención al cliente, ventas, gestión de inventarios y servicios técnicos.
- **Tienda Online:** 80 horas semanales para gestión de pedidos, atención al cliente, envíos y soporte técnico online.

Número de Empleados Necesarios:

- **Personal Técnico:** 3 empleados (40 horas semanales cada uno) para reparaciones, ensamblajes y consultoría.
- **Personal Administrativo:** 1 empleado (40 horas semanales) para contabilidad, facturación y recursos humanos.
- **Personal de Ventas:** 2 empleados (40 horas semanales cada uno) para atención al cliente en tienda y gestión online.

Jornada de Trabajo y Horarios:

- **Jornada Completa:** 40 horas semanales distribuidas en turnos de mañana y tarde (lunes a viernes de 9:00 a 20:00 y sábados de 9:00 a 14:00).
- **Horarios Flexibles:** Posibilidad de horarios flexibles, respetando las normativas laborales.

Organigrama

Gerente General

- |
- |--- Personal Técnico (3)
- |--- Personal Administrativo (1)
- |--- Personal de Ventas (2)

Definición de Tareas y Responsabilidades de Cada Trabajador:

- **Gerente General:** Supervisar el funcionamiento de la empresa, coordinar el personal, gestionar relaciones con proveedores y clientes, y establecer estrategias comerciales y de marketing.
- **Personal Técnico:** Realizar reparaciones, ensamblajes y consultoría tecnológica, diagnosticar problemas y mantener actualizado el conocimiento técnico.
- **Personal Administrativo:** Gestionar contabilidad, facturación, trámites administrativos y recursos humanos.
- **Personal de Ventas:** Atender a clientes en la tienda física y online, realizar ventas, promociones y asesorar a los clientes.

Política Salarial:

- **Salarios Base:** Establecidos según el convenio colectivo, considerando la experiencia y formación.
- **Comisiones:** Personal de ventas recibirá comisiones por ventas realizadas.
- **Bonificaciones:** Bonificaciones periódicas para reconocer y motivar el buen desempeño.

Convenio Colectivo: La actividad está regulada por el convenio colectivo del sector de comercio al por menor de productos electrónicos e informáticos, que establece condiciones laborales mínimas.

- Explicar las funciones de cada socio, especificando quién se encarga de la gestión y trámites administrativos (aunque se pueda contratar a una asesoría para estas labores, es preciso que uno de los socios se responsabilice de todo ello y lleve un control).

Socio 1: Gerente General y Responsable de Gestión Administrativa

- **Gestión Empresarial:** Supervisar todas las áreas de la empresa, tomar decisiones estratégicas y coordinar los departamentos para el crecimiento del negocio.
- **Trámites Administrativos:** Controlar los aspectos legales y fiscales, asegurando el cumplimiento de normativas y presentando documentos en tiempo y forma. Actuar como enlace con la asesoría.

Socio 2: Responsable Técnico y de Servicios

- **Gestión Técnica:** Supervisar la calidad de los productos y servicios, mantenerse actualizado con innovaciones tecnológicas y asegurar la formación continua del personal técnico.

- **Prestación de Servicios:** Gestionar los servicios de reparación, configuración y personalización de equipos informáticos, establecer procedimientos eficientes y mantener relaciones con proveedores técnicos.

Socio 3: Responsable Comercial y de Marketing

- **Gestión Comercial:** Desarrollar estrategias de ventas y marketing, analizar el mercado y adaptar productos y servicios a las necesidades de los clientes.
 - **Marketing y Promoción:** Gestionar la imagen de la empresa y ejecutar campañas publicitarias en diferentes plataformas. Organizar promociones especiales y gestionar la presencia de la empresa en marketplaces y colaboraciones.
- Medidas de seguridad e higiene. Evaluación de riesgos.

Medidas de Seguridad y Higiene:

1. **Seguridad en el Manejo de Productos:**
 - Manipular componentes electrónicos con cuidado y formar al personal sobre su manejo seguro.
 - Seguir instrucciones de fabricantes para instalaciones y reparaciones, usando herramientas adecuadas.
2. **Prevención de Incendios:**
 - Tener extintores y salidas de emergencia bien marcadas.
 - Realizar inspecciones periódicas de sistemas eléctricos y ventilación.
3. **Seguridad en el Trabajo:**
 - Utilizar equipos de protección personal (EPP) como guantes y gafas.
 - Cumplir con las normativas de prevención de riesgos laborales y realizar evaluaciones periódicas de riesgos.
4. **Seguridad en la Tienda Online:**
 - Implementar medidas como cifrado SSL, verificación de identidad y protección contra fraudes.
5. **Medidas de Higiene:**
 - **Higiene Personal:** Los empleados deben mantener higiene adecuada y usar guantes desechables cuando sea necesario.
 - **Higiene del Local:** Mantener el local limpio y desinfectar superficies y equipos regularmente.
 - **Higiene en Reparación:** Seguir protocolos de limpieza y desechar correctamente los residuos generados.

Evaluación de Riesgos:

1. **Riesgos Físicos:**
 - **Lesiones:** Uso adecuado de herramientas y equipo de protección personal.
 - **Incendios:** Inspección periódica de sistemas eléctricos y mantenimiento de un entorno limpio.
2. **Riesgos Químicos:**
 - **Exposición a Sustancias Tóxicas:** Uso de guantes y mascarillas para manipular componentes electrónicos peligrosos.

3. Riesgos Ergonómicos:

- **Lesiones Musculoesqueléticas:** Proporcionar mobiliario ergonómico y promover pausas activas.

4. Riesgos Psicosociales:

- **Estrés Laboral:** Fomentar un ambiente de trabajo saludable con comunicación abierta y apoyo mutuo.

4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

• Descripción de la empresa en relación con las funciones que desempeñan los socios y los trabajadores contratados. Organigrama.

1. Socio 1: Gerente General y Responsable de la Gestión y Trámites

Administrativos

- Supervisa la operación general, toma decisiones estratégicas y coordina entre departamentos.
- Gestiona trámites legales y fiscales, asegurando el cumplimiento normativo, con control final sobre estos aspectos.

2. Socio 2: Responsable Técnico y de Servicios

- Supervisa la calidad técnica de productos y servicios, manteniendo el conocimiento actualizado.
- Coordina servicios de reparación, configuración y personalización de equipos, estableciendo procedimientos para garantizar su calidad.

3. Socio 3: Responsable Comercial y de Marketing

- Desarrolla estrategias de ventas y marketing, adaptando ofertas a las necesidades del mercado.
- Diseña campañas publicitarias y gestiona la presencia en marketplaces y colaboraciones con prescriptores.

Trabajadores Contratados:

1. Personal Técnico (3)

- Realizan reparaciones, mantenimiento y ensamblaje personalizado de PCs, asegurando su funcionamiento óptimo.
- Ofrecen asesoramiento técnico a clientes sobre componentes y configuraciones.

2. Personal Administrativo (1)

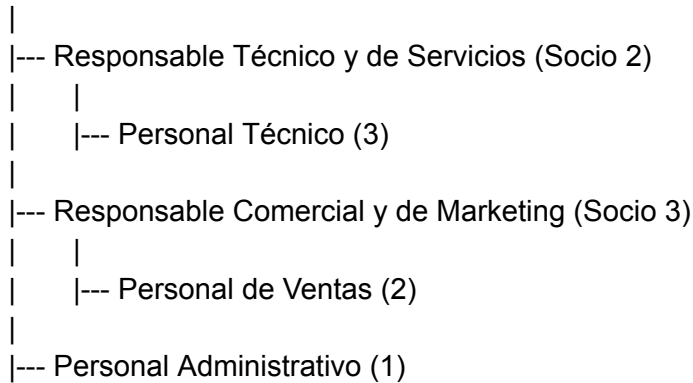
- Gestiona la contabilidad, facturación, pagos, inventarios y recursos humanos.
- Realiza tareas administrativas generales, como organización de documentos y oficina.

3. Personal de Ventas (2)

- Atienden a clientes tanto en tienda física como online, procesan ventas, pedidos y entregas.
- Participan en promociones, campañas de marketing y ofrecen descuentos y ofertas especiales.

Organigrama

Gerente General (Socio 1)



4.3. ESTRUCTURA DE PERSONAL

• ASALARIADOS (TIPO DE CONTRATO):

- **Personal Técnico (3)**
 - **Contrato:** Indefinido
 - **Funciones:** Reparaciones, ensamblajes y consultoría tecnológica.
 - **Requisitos:** Formación en ingeniería informática o similar y experiencia en tecnología.
 - **Horario:** Turnos de mañana y tarde, cubriendo tienda física y online.
- **Personal Administrativo (1)**
 - **Contrato:** Indefinido
 - **Funciones:** Contabilidad, facturación, recursos humanos y administración.
 - **Requisitos:** Formación en administración de empresas y experiencia en gestión financiera y laboral.
 - **Horario:** Oficina, lunes a viernes.
- **Personal de Ventas (2)**
 - **Contrato:** Indefinido
 - **Funciones:** Atención al cliente, gestión de tienda física y online, ventas y promociones.
 - **Requisitos:** Habilidades de comunicación, ventas y conocimientos básicos de los productos.
 - **Horario:** Turnos de mañana y tarde.

Socios (Sin Contrato):

- **Gerente General (Socio 1):** Supervisa la empresa y toma decisiones estratégicas.
- **Responsable Técnico y de Servicios (Socio 2):** Garantiza la calidad técnica y supervisa reparaciones.

- **Responsable Comercial y de Marketing (Socio 3):** Desarrolla estrategias de ventas y campañas publicitarias.

• NO ASALARIADOS:

Socios No Asalariados

Los socios fundadores no reciben un salario fijo, sino que su compensación proviene de los beneficios y dividendos generados por la empresa.

- **Socio 1: Gerente General**
 - **Funciones:** Supervisión general, toma de decisiones estratégicas, coordinación de departamentos, gestión de recursos y representación legal.
 - **Compensación:** Distribución de beneficios y posible compensación variable según rendimiento.
- **Socio 2: Responsable Técnico y de Servicios**
 - **Funciones:** Supervisión de reparaciones y configuraciones, actualización técnica del equipo y establecimiento de protocolos de calidad.
 - **Compensación:** Beneficios y posibles incentivos según desempeño técnico y satisfacción del cliente.
- **Socio 3: Responsable Comercial y de Marketing**
 - **Funciones:** Desarrollo de estrategias de ventas, campañas publicitarias, gestión de marketplaces y relaciones comerciales.
 - **Compensación:** Beneficios y posible compensación variable según resultados comerciales.

Consideraciones Adicionales:

- **Inversión Inicial:** Capital aportado para inventario, alquiler y equipamiento.
- **Responsabilidad Legal:** Cumplimiento de normativas fiscales y gestión de riesgos.
- **Participación en Decisiones:** Contribución activa en la estrategia empresarial.

4.4. POLÍTICA SALARIAL

PROMOTORES

Cargo	Inicio	Horas/Semana	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Seguridad Social	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Año 2 - Seguridad Social	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Año 3 - Seguridad Social	
-------	--------	--------------	---	------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	--

Gerente General (Socio 1)	Al inicio del proyecto	40,00 €	35.000,00 €	6.000,00 €	37.000,00 €	6200	€39.000	6400	
Responsable Técnico y de Servicios (Socio 2)	Al inicio del proyecto	40,00 €	30.000,00 €	5.000,00 €	32.000,00 €	5200	€34.000	5400	
Responsable Comercial y de Marketing (Socio 3)	Al inicio del proyecto	40,00 €	28.000,00 €	4.800,00 €	30.000,00 €	5000	€32.000	5200	
TOTAL				93.000,00 €	15.800,00 €	99000	€16.400	105000	17000

TRABAJADORES

Cargo	Inicio	Horas/Semana	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Seguridad Social	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Año 2 - Seguridad Social	Sueldos y salarios incluidos pagas extras	Año 3 - Seguridad Social	
Personal Técnico 1	Mes 3	40,00 €	20.000,00 €	3.500,00 €	21.000,00 €	3700	€22.000	3900	
Personal Técnico 2	Mes 3	40,00 €	20.000,00 €	3.500,00 €	21.000,00 €	3700	€22.000	3900	
Personal Técnico 3	Mes 3	40,00 €	20.000,00 €	3.500,00 €	21.000,00 €	3700	€22.000	3900	
Personal Administrativo	Mes 2	40,00 €	18.000,00 €	3.000,00 €	19.000,00 €	3200	€20.000	3400	
Personal de Ventas 1	Mes 4	40,00 €	16.000,00 €	2.800,00 €	17.000,00 €	3000	€18.000	3200	
Personal de Ventas 2	Mes 4	40,00 €	16.000,00 €	2.800,00 €	17.000,00 €	3000	€18.000	3200	

TOTAL				110.000,00 €	19.100,00 €	117000	€20.300	124000	21500
-------	--	--	--	--------------	-------------	--------	---------	--------	-------

4.5. ACUERDOS ENTRE SOCIOS

Gerente General (Socio 1)

- Supervisa todas las áreas y toma decisiones estratégicas.
- Gestiona los recursos financieros y controla los costes.

Responsable Técnico y de Servicios (Socio 2)

- Supervisa la calidad de productos y servicios.
- Toma decisiones técnicas y gestiona los costes en esta área.

Responsable Comercial y de Marketing (Socio 3)

- Desarrolla estrategias de ventas y marketing.
- Gestiona los costes comerciales y publicitarios.

Toma de Decisiones

- **Estratégicas:** A cargo del gerente general, con consulta a los socios.
- **Operativas:** Cada socio toma decisiones en su área, informando a los demás.
- **Conflictos:** Se resuelven mediante diálogo y, si es necesario, un árbitro independiente.

Gestión Financiera

- **Distribución de Beneficios:** Según participación en el capital, con pagos periódicos.
- **Inversión Adicional:** Fondos propios o financiación externa según acuerdo mayoritario.
- **Control de Gastos:** Cada socio gestiona su área y reporta gastos importantes.

Resolución de Conflictos

- Se prioriza el diálogo y negociación.
- Si no hay acuerdo, un árbitro independiente tomará una decisión final.

6. FORMA JURÍDICA

Justificación de la elección de la forma jurídica Forma jurídica que adoptará la empresa y motivos para su elección (empresario individual, sociedad limitada, sociedad anónima, sociedad laboral, cooperativa...).

Nuestra empresa, dedicada a la venta de componentes y servicios informáticos, ha optado por constituirse como una **Sociedad Limitada (SL)** debido a sus múltiples ventajas:

- **Responsabilidad limitada:** Los socios solo responden con el capital aportado, protegiendo su patrimonio personal.
- **Gestión flexible:** Permite adaptar la administración a las necesidades del negocio con menos trámites burocráticos.
- **Capital accesible:** Solo requiere un aporte mínimo de 3.000 €, facilitando su constitución.
- **Tributación optimizada:** Sujeta al Impuesto sobre Sociedades, con deducciones y bonificaciones fiscales.
- **Imagen corporativa sólida:** Genera confianza en clientes y proveedores, mejorando la competitividad.
- **Mayor acceso a financiación:** Facilita la obtención de créditos y respaldo financiero para el crecimiento empresarial.