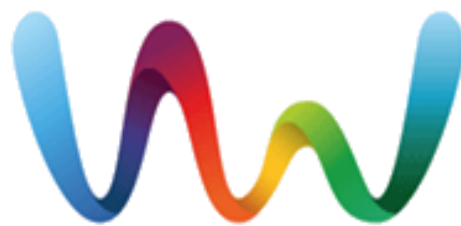


Fundamentos de Administración de Empresas

TRABAJO TUTELADO

Curso 2011-2012



U-Systems

**Fernando Aliaga Ramón
Miguel Allué Barón
Guillermo Pérez García
Cristian Simón Moreno**

1. PRESENTACION E IDENTIFICACION DEL PROYECTO

1.1 LA IDEA

Nuestra idea es crear una empresa destinada a la venta de equipos informáticos a precios competitivos.

Es una sociedad dedicada al montaje, instalación, venta y mantenimiento de equipos informáticos con software libre.

El propósito de la empresa es ofrecer un trato personalizado a nuestros clientes aparte de beneficiarse económicamente del mercado emergente que nos ofrece las aplicaciones de software libre.

A día de hoy, pocas empresas se benefician de estas ventajas, siendo estas uno de los grandes pilares de nuestra idea.

1.2 ¿POR QUE?

Los motivos por los que nos inclinamos por esta idea fue porque creemos en la expansión social del freeware (por ejemplo, el crecimiento del S.O. Android) de la cual nos podemos aprovechar ahorrándonos licencias innecesarias.

Además, creemos que tendríamos una buena salida al mercado por las ventajas antes citadas pudiendo competir con otras empresas que venden material con software de pago.

1.3 LOS PROMOTORES

Fernando Aliaga Ramón: Encargado del funcionamiento de la producción de fábrica.

Miguel Allué Barón: Jefe de ventas y responsable del trato con el cliente.

Guillermo Pérez García: Encargado de la dirección del Marketing de la empresa.

Cristian Simón Moreno: Encargado de la contabilidad de la empresa.

1.4 MISION Y OBJETIVOS

➤ MISIÓN

Nuestra misión es el montaje y la venta de equipos de calidad, primando siempre el servicio y la atención al cliente y consumidores.

➤ VISIÓN

La visión de nuestra empresa es el propósito de desarrollar y consolidar una posición relevante en el panorama de empresas

informáticas de nuestro país, configurando un grupo competitivo de trabajadores y tiendas con una imagen corporativa.

➤ OBJETIVOS A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

- **Objetivos a corto plazo:** hacer una entrada en el mercado a nivel provincial y la promoción y venta de nuestros productos a través de Internet, ofreciendo un trato muy personalizado e intentando captar los máximos clientes posibles.
- **Objetivos a medio plazo:** recuperar la inversión realizada, intentar expandirnos a nivel regional en Aragón y consolidarnos como una empresa puntera en nuestra comunidad. Adquisición de un local donde gestionar la empresa y realizar nuestra actividad empresarial.
- **Objetivos a largo plazo:** expandirnos a nivel nacional, crear una imagen corporativa de nuestra empresa, adquisición de nuevos locales donde realizar la actividad empresarial a nivel nacional y crecer como proveedor dentro del sector de la venta de material informático.

1.6 ATRIBUTOS MAS IMPORTANTES

Uno de los factores más importantes de nuestra empresa va a ser la calidad de nuestros productos, el servicio postventa y por ultimo su asistencia técnica, aparte de un trato personalizado con cada cliente.

➤ **Calidad:**

-Nos interesa que todos nuestros productos tengan una buena relación calidad-precio sin escatimar en la calidad de nuestros productos.

Antes de vender nuestros productos realizaremos un test de calidad de estos, para garantizar su calidad.

➤ **Garantía:**

-Nos aseguraremos de que todos nuestros productos estén en correcto funcionamiento, en caso de averías cubriremos los arreglos con nuestro servicio técnico durante un periodo de tiempo.

➤ **Servicio Postventa:**

-Contaremos con un servicio técnico que se centrara en la reparación y o sustitución de piezas o equipos defectuosos.

También se podrá realizar una mejora o actualización en nuestros productos.

1.7 VALORACION DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y DEBILES

➤ **Aspectos internos**

- **Debilidades:**

- Falta de experiencia en la comercialización de software libre (no está tan extendido como Windows o Mac)

- Posibles dudas con respecto al uso de dichos sistemas operativos como Ubuntu y programas como Open office.
- Falta de capacidad de inversión por nuestra parte.
- **Fortalezas:** entre la instalación de software libre y la compra de componentes directamente a la fábrica tenemos unos precios muy competitivos.

➤ Aspectos externos

- **Amenazas:** competencia de otras empresas que puedan aparecer e intenten ofrecer lo mismo que nosotros(aunque de momento casi no exista ninguna), período de recesión nacional y mundial.
- **Oportunidades:** de momento no existen empresas de este tipo en el sector y podremos aprovechar los mejores precios al comprar en mercados externos, amplio mercado, expansión de las tecnologías de la información (TIC's).

2. ANALISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA

2.1 DELIMITACION E IDENTIFICACION DEL SECTOR

Nuestra actividad esta englobada en el sector terciario, dentro de la rama del comercio de productos electrónicos.

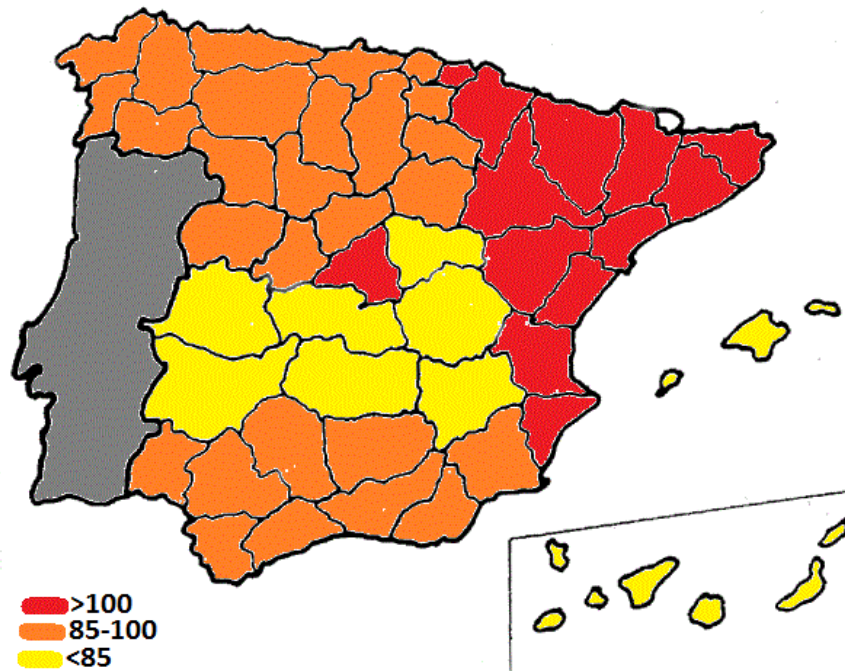
El código CNAE 2009 de nuestra actividad dentro del sector empresarial es el código 6209, correspondiente con la actividad de:

- Otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática.

2.2 ANALISIS DEL ENTORNO

Según un estudio realizado, en el siguiente grafico podemos ver la clasificación de todas las comunidades españolas según su grado de aceptación a la innovación y avances tecnológicos.

Como podemos ver, las comunidades con un mayor grado son Madrid y Cataluña, seguidas por Aragon, país Vasco, Navarra y la comunidad Valenciana.



Clasificación de las comunidades autónomas según su grado de aceptación a la innovación y avances tecnológicos

- Influencia de factores externos sobre el sector:

Uno de los factores a tener en cuenta son los factores socio culturales ya que los consumidores no están habituados al uso de software libre.

Otro factor a tener en cuenta es el factor tecnológico ya que a mayor grado de desarrollo de este, mejor para nuestra empresa.

Hay que comentar el factor económico ya que suponemos que en tiempos de crisis los consumidores valoraran más que los equipos informáticos sean más baratos.

Por último hay que destacar el factor jurídico ya que las normas/leyes impuestas por las administraciones pueden regular en cierta medida nuestro beneficio

La legislación que nos afectaría como empresa de comercio electrónico sería:

- ley 34-2012, del 11 de Julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (jefatura del estado)
- Real decreto 1163/2005, de 30 de Septiembre, por el que se regula el distintivo publico de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión (Ministerio de la presidencia).
- Real decreto 292/2004, de 20 de Febrero, por el que se crea el distintivo publico de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico se regulan los requisitos y procedimiento de concesión (Ministerio de la presidencia).
- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del consejo del 8 de Junio del 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular del comercio electrónico en el mercado interior (directiva sobre el comercio electrónico) (comunidades europeas).
- Como somos también un negocio que venderá por internet, nos acogeremos a la legislación sobre el comercio electrónico:

LEGISLACIÓN ESPAÑOLA SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Aunque la legislación española no contempla el caso específico de correo electrónico, para crear una tienda virtual podemos acogernos a las leyes y normativas que regulan la venta a distancia o por correspondencia. El primer paso es la solicitud de alta en el IAE (Impuesto de Actividades Económicas) como comerciantes minoristas. Si se va a vender en el extranjero, se deberá también solicitarlo.

Naturalmente, para el funcionamiento legal de la tienda, habrá que abonar los impuestos correspondientes y realizar las declaraciones del Impuesto del Valor Añadido (IVA) que corresponda. Es muy importante informarse de las normativas, tanto europeas, como españolas, que regulan el comercio a distancia en general y el

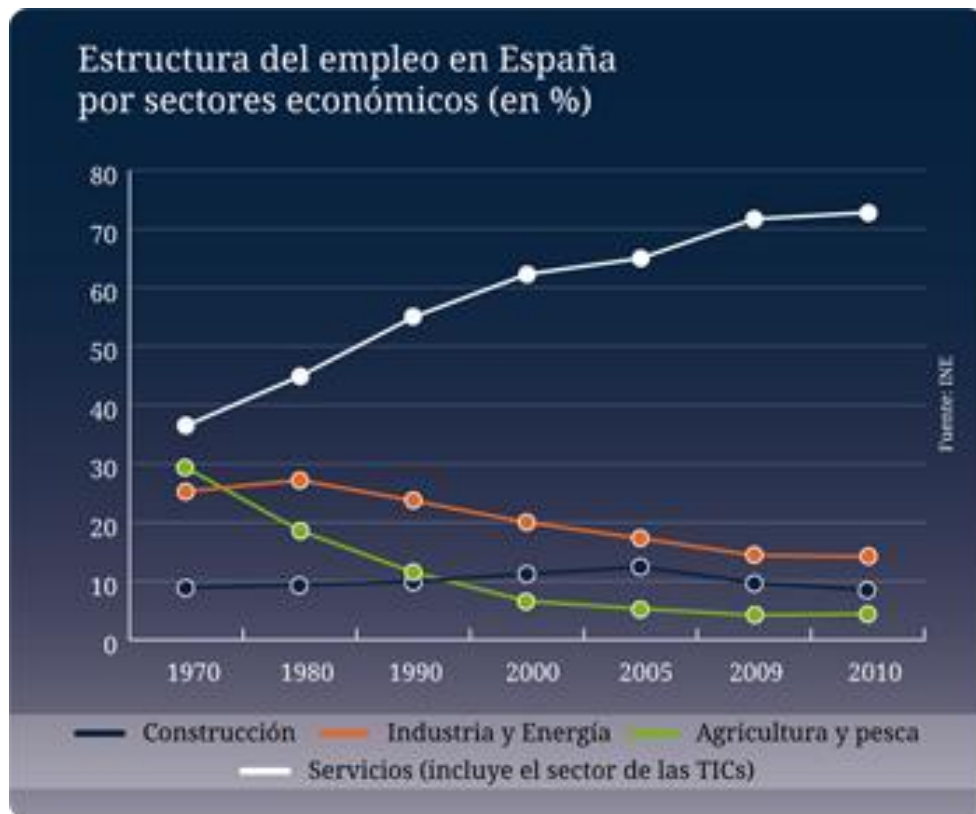
comercio electrónico en particular. Existen numerosos documentos sobre este punto, que protegen tanto, al consumidor como al vendedor.

En la web www.onnet.es/08001.htm se puede encontrar una lista de normativas sobre el comercio electrónico. También es buena ayuda consultar a organismos oficiales o abogados que puedan ayudar a resolver los problemas legales. Es conveniente, además, estar al día con las noticias ya que la legislación que concierne al comercio electrónico cambia.

2.3 PERSPECTIVA DE CRECIMIENTO

Nuestro sector es un sector en auge, ya que las nuevas tecnologías son el futuro. Según un estudio reciente el sector de las TICs en España ha contribuido a más del 15% del crecimiento económico.

Estos datos nos ayudan a ver que nuestra empresa tiene buenas expectativas de futuro. Otra ventaja que nos podría ayudar a crecer, es que nuestro sector abarca una cuota amplia de mercado, puesto que los productos electrónicos (en nuestro caso ordenadores) se utilizan en numerosos campos y actividades.



Historico de crecimiento de las TICs en España

Como podemos observar en el grafico anterior, nuestro sector está claramente situado en una posición relevante dentro del sector económico en España.

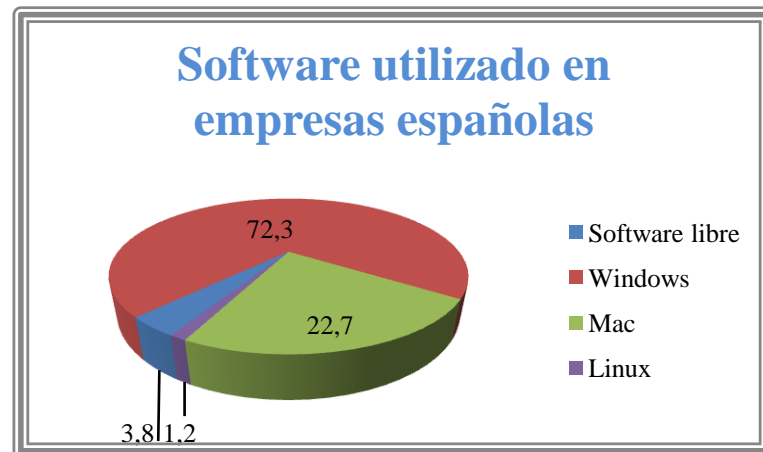
2.4 CONCENTRACION DEL SECTOR Y POSICION COMERCIAL

- Actividades que desarrollaremos:

Las actividades que vamos a desarrollar son de lo más variadas, ya que el gran mercado al que nos enfrentamos demanda muy diversos tipos de necesidades.

Nuestra empresa abarcara un gran número de clientes potenciales entre los que se incluyen por ejemplo: administraciones públicas, PYMES, clientes particulares, ...

En el siguiente grafico se muestra el uso de los distintos tipos de sistemas operativos utilizados en empresas españolas:



Como podemos observar en el grafico anterior, se ve claramente que muy pocas empresas en España utilizan software libre, ya que la mayoría utiliza Windows y una minoría especializada utiliza Mac.

Fuerza competitiva	Valor general	Descripción de los elementos o factores	Valor factor
1.Rivalidad entre empresas	6	1.Numero de empresas en el mercado: actualmente hay pocas empresas que se dediquen a esta actividad	2
		2.Dificultad para abandonar el sector: no hay muchas puesto que la inversión no es muy elevada	2
		3.El grado de especialización: este punto lo valoraríamos positivamente ya que nuestro sector hay una especialización de las empresas	2

2.Existencia de productos sustitutivos	0	1.Posible sustitución: en este punto lo podríamos valorar de forma positiva ya que nuestros productos sustitutivos son de pago	2
		2.Fidelidad de los productos: en este apartado, nuestros clientes no están acostumbrados a nuestros productos.	-2
3.Amenaza de nuevos competidores	0	1.Barrera capital: lo valoraríamos de forma negativa puesto que esta barrera es pequeña	-1
		2.Barrera tecnológica: Necesitamos personal cualificado, además de conocer bastante bien el sector de las TICs	1
4.Poder de negociación con los clientes	-3	1.La importancia del cliente: Al dirigirnos principalmente a clientes particulares, la pérdida de un cliente no es muy importante	-1
		2.Integracion de los clientes: Nuestros clientes podrían desarrollar nuestra misma actividad	-2
5.Poder de negociación con los proveedores	0	1.Numero de posibles proveedores: es bastante elevado	2
		2.Integracion de proveedores: Nuestros proveedores pueden desarrollar nuestra misma actividad	-2
TOTAL (Valor absoluto)			3
TOTAL (%)			13,63%

- Conclusiones del análisis de las competencias:
 - Aunque en este momento nuestra competencia directa es casi nula, a medio plazo pueden aparecer mas empresas que se dediquen a nuestra misma actividad.
 - Al analizar el porcentaje de las competencias nos indica una competitividad positiva en el sector, además de una rentabilidad media.
 - Principales empresas de la competencia:
 - **Mountain Tm:**
 - Ubicación: es una marca española con su propio laboratorio ubicado en España.
 - Servicios que ofrecen: cubre las carencias existentes de sistemas de alto rendimiento y de calidad que hay en este momento en el mercado, tal y como describen ellos en su pagina web: www.mountain.es. Ofrece un servicio de venta por internet y distribución a domicilio.
 - **APP informática:**
 - Ubicación: Es una franquicia española que posee tiendas físicas.
 - Servicios que ofrecen: Ofrece productos informaticos a un precio competitivo.
 - Pagina web: www.appinformatica.com
 - **PC Box:**
 - Ubicación: Es una franquicia española que posee tiendas físicas.
 - Servicios que ofrecen: Ofrece productos informaticos a un precio competitivo, incluyendo la posibilidad de montártelo tu mismo.
 - Pagina web: www.pcbox.com

- **PcComponentes:**
 - Ubicación: Es una empresa española que vende únicamente por internet.
 - Servicios que ofrecen: posee una tienda virtual en la que ofrecen productos informaticos.
 - Pagina web: www.pccomponentes.com

- **PixMania:**
 - Ubicación: Es una empresa española que vende únicamente por internet.
 - Servicios que ofrecen: posee una tienda virtual en la que ofrecen productos informaticos y otros tipos de productos.
 - Pagina web: www.pixmania.com

- **Factores clave de exito:**

Factores claves de exito	Puntuacion
Cualificacion del personal además de la creatividad y motivación	5
Tener un buen plan de calidad	4
Contactar y hacerse con una buena cantera de clientes fieles	5
Diferenciacion-innovacion del producto	5
Buena relación calidad-precio de nuestro producto	5
Buena relación con proveedores y relación calidad-precio	4
Financiacion del capital inicial	3
Predisposicion a asumir riesgos	3
Aptitudes para la comercializacion	2

➤ Conclusiones de los factores claves de éxito:

La calidad y el buen funcionamiento va a depender de nuestros conocimientos del montaje de sistemas informáticos.

También va a depender del grado de innovación-diferenciación de nuestros productos, por lo que son nuestros puntos críticos de éxito más importantes.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PLAN DE LA REALIZACION DEL ESTUDIO DE MERCADO

Con el estudio del mercado pretendemos obtener información referente a la viabilidad comercial de nuestro proyecto con el fin de obtener los mejores resultados posibles.

Los objetivos principales de nuestro estudio serán:

- Obtener información que nos ayude para afrontar las condiciones del mercado, aprovechar posibles oportunidades y facilitar la toma de decisiones.
- Realizar una estimación aproximada de la demanda de nuestros productos.
- Conocer a que tipo de clientes nos tenemos que dirigir.
- Conocer el grado de aceptación que puede tener nuestro producto.
- Conocer el grado de conocimiento que tiene la gente respecto de lo que vamos a vender.

El estudio lo realizaremos en 3 fases:

1. Análisis del consumidor:

En esta fase principalmente lo que buscaremos será estudiar el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades y la manera de satisfacerlas, así como tratar de averiguar sus hábitos de compra, etc.

Para conocer los resultados de este análisis se realizará una encuesta a la población:

ENCUESTA



Marque únicamente la casilla que corresponda en cada caso:

1. Sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

2. Edad: ____

3. Estado Civil:

- ☐ Solter@
- ☐ Casad@ u otras uniones de convivencia
- ☐ Separad@ o divorciad@
- ☐ Otro

4. Nivel de estudios:

- ☐ Titulad@ superior
- ☐ Titulad@ grado medio
- ☐ Bachillerato
- ☐ Graduat@ escolar
- ☐ Sin estudios

5. ¿Utiliza Software libre?

- ☐ Si
- ☐ No

6. ¿Conoce Ubuntu?

- ☐ Si lo conozco y lo uso
- ☐ Si lo conozco pero nunca lo he utilizado

☐ No lo conozco

U-Systems es una empresa que se dedica a la venta de ordenadores con software de licencia libre. Su principio básico es ofrecer ordenadores de la máxima calidad, a un precio muy competitivo en el mercado, ahorrando los costes de añadir la licencia de Windows a un ordenador, y también ahorrando los costes (en su mayor medida), de el montaje de este.

7. ¿Cree usted que son suficientes las empresas en este sector?

☐ Si

☐ No

8. ¿Qué grado de interés tendría usted en adquirir alguno de nuestros productos?

☐ Seguro que lo adquiriría

☐ Probablemente lo adquiría

☐ Puede que lo adquiriera y puede que no

☐ No lo adquiriría

9. ¿Qué característica cree usted que es la fundamental a la hora de adquirir un producto?

☐ Precio

☐ Calidad

☐ Tamaño

☐ Diseño

10. ¿Que importancia le daría usted a los siguientes aspectos a la hora de adquirir nuestro producto? (ponga una X donde corresponda)

	Muy importante	Importante	Normal	Poco importante	Nada importante
Precio					
Calidad					
Tamaño					
Diseño					
Funcionalidad					
Durabilidad					
Acessibilidad					

11. ¿Realiza compras por internet?

- ☐ Si
☐ No

2. Obtencion de los resultados:

1. Sexo:

	Resultado	Porcentaje
Masculino	67	55,37%
Femenino	54	44,62%
TOTAL	121	100%

2. Edad:

	Resultado	Porcentaje
15-24	41	33,88%
25-55	59	48,76%
Mas de 55	21	17,35%
TOTAL	121	100%

3. Estado Civil:

	Resultado	Porcentaje
Solter@	52	42,97%
Casad@ u otras uniones de convivencia	59	48,76%
Separad@ o divorciad@	7	5,78%
Otro	3	2,47%
TOTAL	121	100%

4. Nivel de estudios:

	Resultado	Porcentaje
Titulad@ superior	39	32,23%
Titulad@ grado medio	45	39,66%
Bachillerato	22	19%
Graduad@ escolar	11	9,09%
Sin estudios	4	3,30%
TOTAL	121	100%

5. ¿Utiliza Software libre?

	Resultado	Porcentaje
Si	91	75,20%
No	30	24,79%
TOTAL	121	100%

6. ¿Conoce Ubuntu?

	Resultado	Porcentaje
Si lo conozco y lo uso	43	35,53%
Si lo conozco pero nunca lo he utilizado	57	47,10%
No lo conozco	21	17,35%
TOTAL	121	100%

7. ¿Cree usted que son suficientes las empresas en este sector?

	Resultado	Porcentaje
Si	46	38,01%
No	54	44,62%
TOTAL	121	100%

8. ¿Qué grado de interés tendría usted en adquirir alguno de nuestros productos?

	Resultado	Porcentaje
Seguro que lo adquiriria	32	26,44%
Probablemente lo adquiria	39	32,23%
Puede que lo adquiriera y puede que no	27	22,31%
No lo adquiriria	23	19%
TOTAL	121	100%

9. ¿Qué característica cree usted que es la fundamental a la hora de adquirir un producto?

	Resultado	Porcentaje
Precio	52	42,97%
Calidad	39	32,23%
Tamaño	17	14,04%
Diseño	13	10,74%
TOTAL	121	100%

10. ¿Que importancia le daría usted a los siguientes aspectos a la hora de adquirir nuestro producto? (ponga una X donde corresponda)

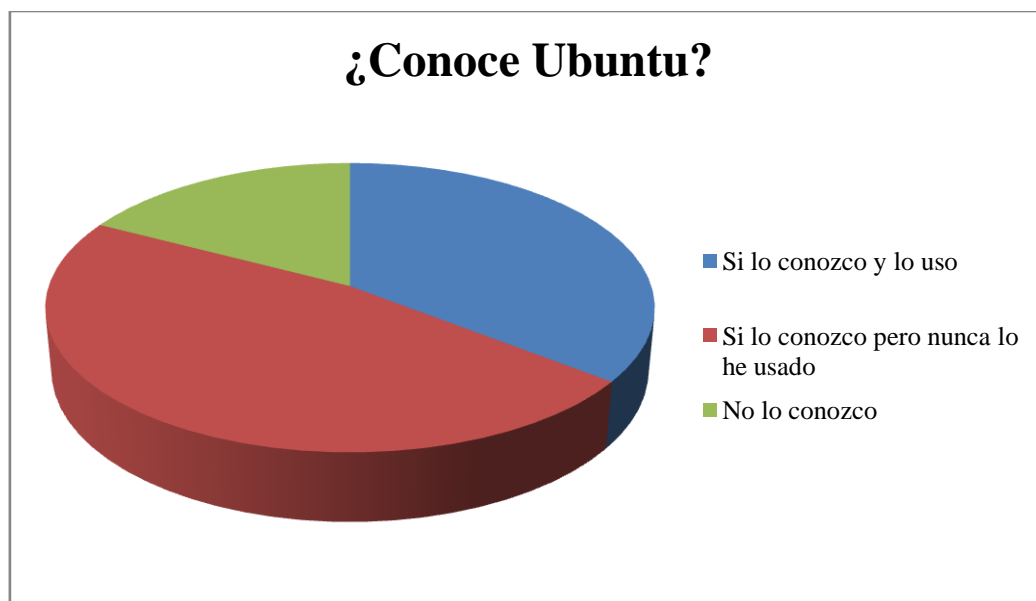
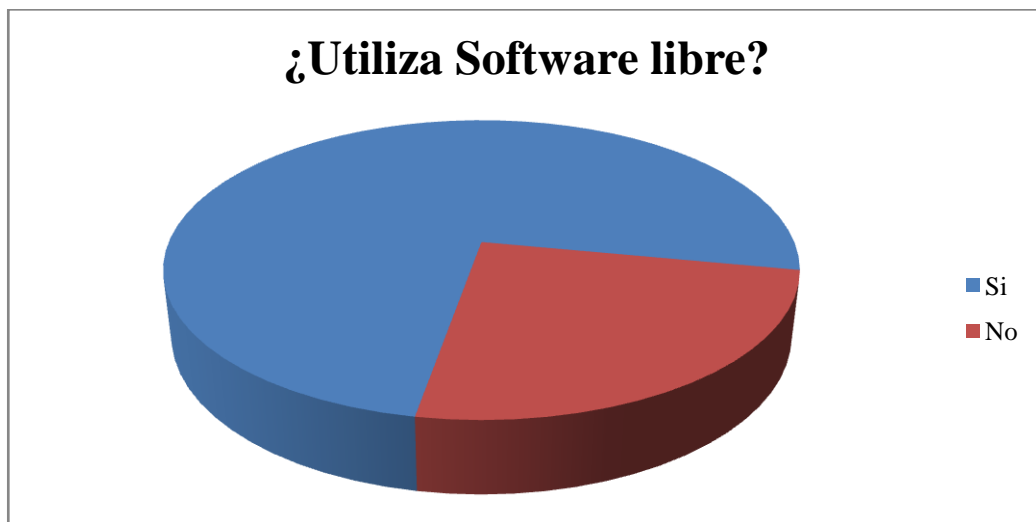
	Muy importante	Importante	Normal	Poco importante	Nada importante
Precio	56	30	17	11	7
Calidad	42	53	20	5	1
Tamaño	24	31	48	12	6
Diseño	16	23	25	36	21
Funcionalidad	37	29	30	21	4
Durabilidad	41	33	23	19	5
Acessibilidad	29	41	25	23	3

11. ¿Realiza compras por internet?

	Resultado	Porcentaje
Si	87	71,90%
No	34	28,09%
TOTAL	121	100%

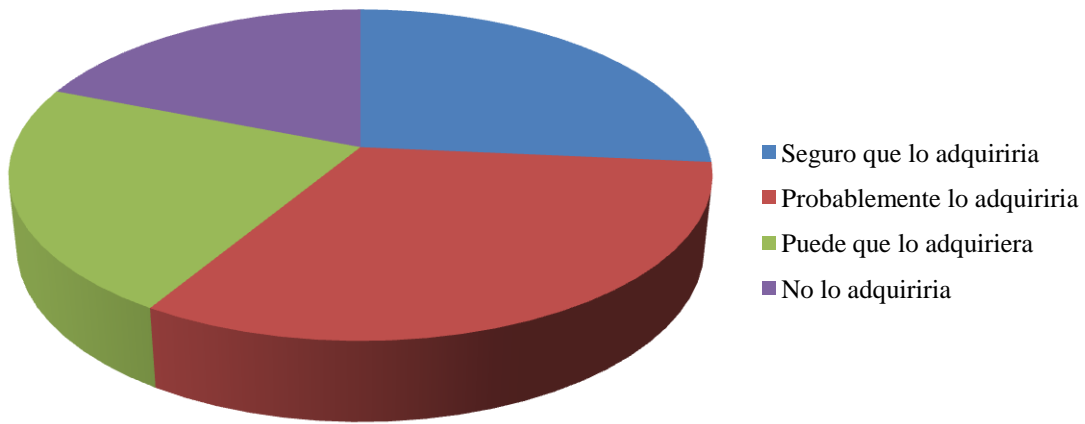
3. Tratamiento, análisis e interpretación de los resultados obtenidos:

Analizando los datos obtenidos con las encuestas anteriores, procedemos a analizar las mas relevantes:



En estos dos graficos obtenidos a partir de los resultados de las preguntas 5 y 6 de nuestra encuesta podemos ver que el uso del software libre esta bastante extendido, y concretamente, Ubuntu, con el que vamos a trabajar, es bastante conocido.

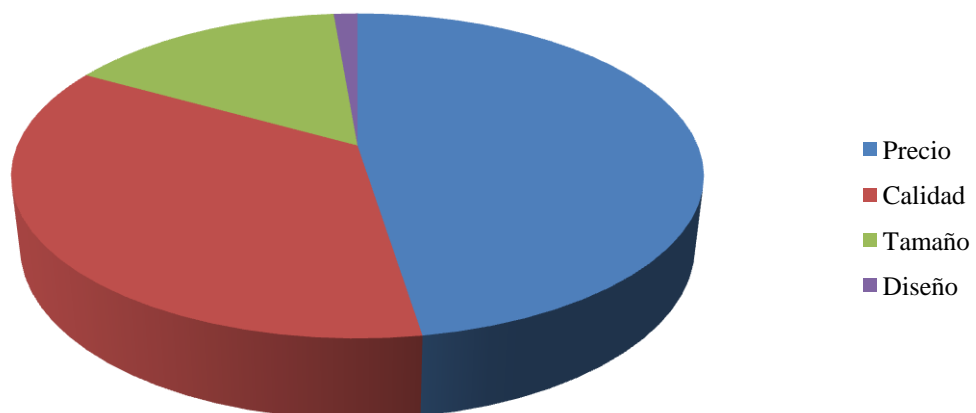
¿Qué grado de interes tendria usted en adquirir alguno de nuestros productos?

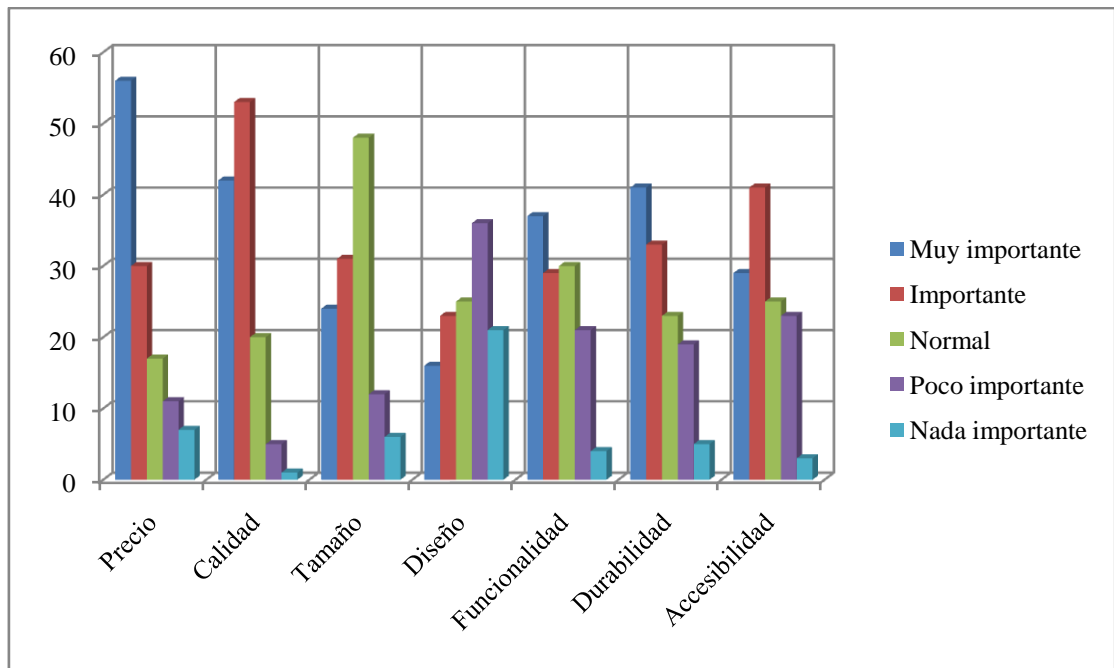


En este grafico podemos apreciar que gran parte de los entrevistados estarían dispuestos a adquirir nuestros productos.

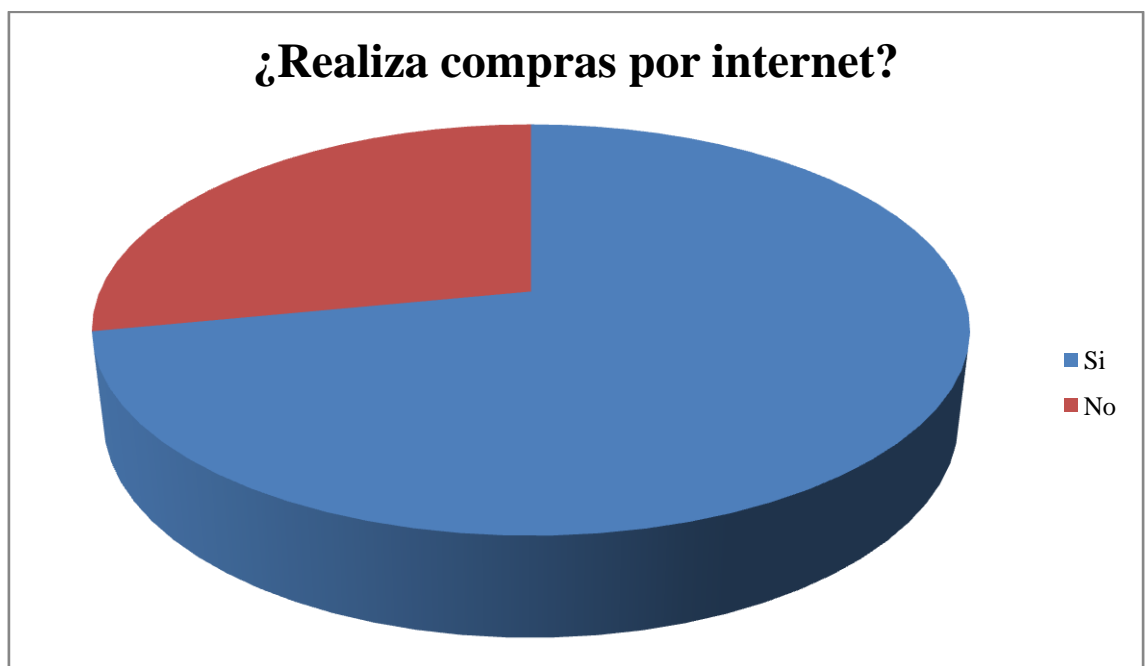
La edad de la mayoría de los entrevistados ha sido de 25-55 años, por lo que nuestro mercado iria dirigido a estas personas, tratando de, con el tiempo, atraer a otros usuarios de otras edades.

¿Qué característica cree usted que es la fundamental a la hora de adquirir un producto?





En los anteriores graficos podemos apreciar que el aspecto mas importante para nuestros clientes es el precio, dicho aspecto es una de nuestras principales ventajas respecto de nuestra competencia. Otro aspecto importante es la calidad, por lo que tendremos que valorarla a la hora de realizar nuestros productos.



Con el resultado del anterior grafico creemos que es una buena oportunidad la venta a través de nuestra pagina web:

<http://u-systems.tk/>

4. Conclusiones:

- Podemos tener una buena aceptación del producto.
- Nustros principales clientes serán aquellos con una edad comprendida entre los 25 y 55 años.
- La venta a través de internet puede tener una buena salida.
- Las prioridades de nuestros clientes van a ser principalmente los precios baratos y la calidad.

3.2 ESTIMACION DE LA DEMANDA

4. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

4.1 TIPO DE EMPRESA

Nuestra empresa sera una **Sociedad Limitada Laboral**. Este modelo de empresa posee las siguientes características:

- El capital social minimo no puede ser menor a 3005,06 euros, desembolsado en el momento de la constitución.
- El capital esta dividido en participaciones sociales.
- Es una sociedad de responsabilidad limitada en las que la mayoría del capital social es propiedad de los trabajadores que prestan en ellas servicios, por los que son retribuidos de forma personal y directa, y cuya relación laboral e spor tiempo indefinido
- Las acciones y participaciones de las sociedades laborales se dividen en:
 - Clase laboral: las que son propiedad de los trabajadores couya relación laboral es por tiempo indefinido.
 - Clase general: el resto.
- El numero minimo de socios es de 3. No tiene numero máximo.
- Los socios no responden personalmente con las deudas sociales.
- Tiene inscripción obligatoria en el registro mercantil.
- En el régimen fiscal, estas sociedades tributan por el Impuesto sobre Sociedades al tipo del 35%.

En resumen, las principales características las podemos estructurar de la siguiente forma:

Forma jurídica	Sociedad Limitada Laboral
Definición	Sociedad de Responsabilidad Limitada en la que la mayoría del capital social es de los trabajadores que prestan en ella servicios por los que son retribuidos de forma personal y directa, y cuya relación laboral es por tiempo indefinido.
Legislación	Lay 4/ 1997 de 24 de marzo de Sociedades Laborales. En lo no previsto por esta ley se aplicara el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de Julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de capital
Capital social minimo	3005,06€. Totalmente desembolsado
Numero de socios	Minimo 3
Personalidad	Juridica
Responsabilidad	Limitada al capital aportado
Denominacion social	Debera figurar la indicación "Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral" o "S.L.L."
Contitucion	Escritura publica
Registro mercantil	Inscripcion obligatoria. Debera aportarse el certificado que acredite que dicha sociedad ha sido certificada como laboral el Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales, o en su caso, por las CC.AA y su inscripción en el Registro Administrativo de Sociedades Laborales.
Regimen fiscal	Impuesto de sociedades
Organos de Administracion	Junta General y administrador/es o consejo de Administracion

Nuestro negocio será también una **microempresa** dado que:

- El numero de empleados es menor a 10.
- El total de facturación de nuestra empresa es menos a dos millones de euros.

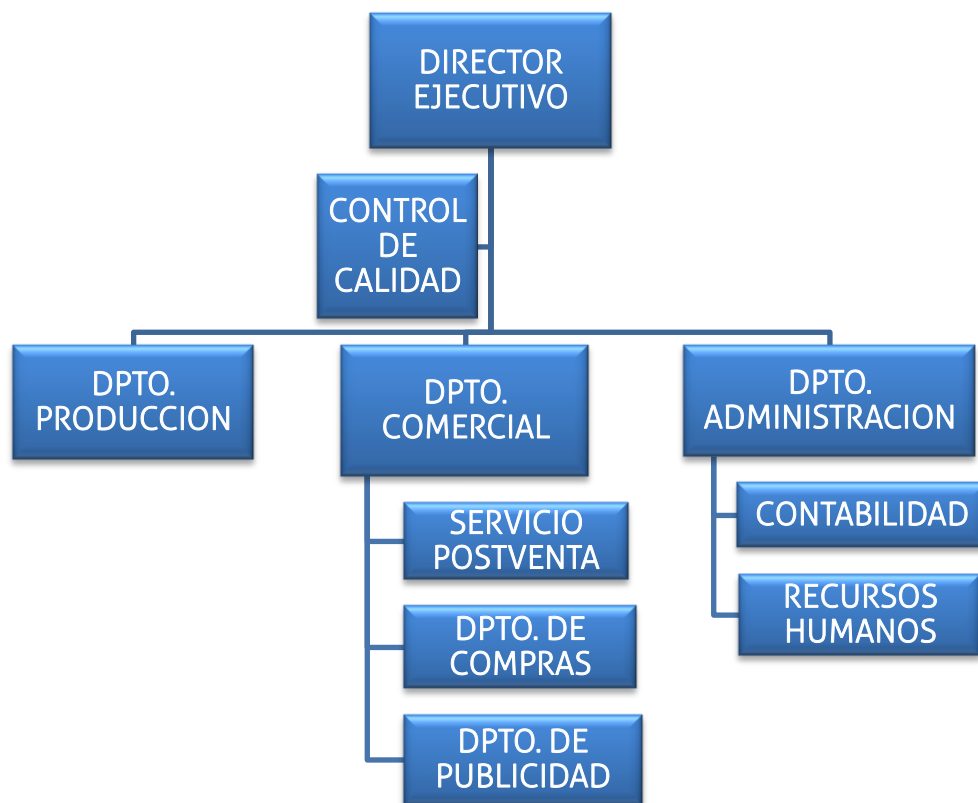
4.2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Para nuestra empresa hemos optado por una **estructura funcional**, principalmente porque este tipo de estructura permite la existencia de supervisores especializados en diferentes areas, por lo que pensamos que resultaria ventajoso en nuestra empresa en las diferentes fases de montaje de nuestros productos

- **Ventajas:**
 - Proporciona el máximo de especialización a los diversos órganos o areas de la empresa, lo que permite que cada trabajador se concentre en su trabajo o función.
 - La especialización en todos los niveles permite la mejor supervisión posible, pues cada area de la empresa responde ante un supervisor especializado en dicha area.
 - Desarrolla la comunicación directa sin intermediarios, mas rapida y con menos interferencias.
 - Facilitan la planificación y el control de presupuestos.
- **Desventajas:**
 - Existe el riesgo de que un empleado busque la orientación del supervisor menos indicado para solucionar el problema.
 - Tendencia a la competencia entre los especialistas.
 - Poco aptas para cambios y no fomentan la creatividad.

- Se pueden producir problemas de coordinación y comunicación por el aumento de tamaño, complejidad, etc. de la empresa

En el siguiente grafico podemos ver la estructura organizativa de nuestra empresa:



- **Departamento de producción:** El máximo responsable será el director de producción. En este departamento estarán englobados todos aquellos procesos referentes al montaje, instalación y puesta en marcha de todos nuestros productos.
- **Departamento comercial:** El máximo responsable será el director comercial. En este departamento están englobados:
 - la colocación y comercialización de los productos
 - Actividades de marketing, análisis de mercados y publicidad

- Gestión de la adquisición de materiales, logrando el mejor trato posible con los proveedores
 - El servicio postventa
- **Departamento de administración:** El máximo responsable de este departamento será el director de administración. Este departamento se divide en contabilidad y en recursos humanos.
- **Recursos humanos:** Son un área prioritaria en la empresa y uno de los activos más complejos a la hora de gestionarlo. Pretenden conseguir el compromiso de los empleados con la empresa. Sus funciones son: Planificación, captación, desarrollo, aplicación y mantenimiento del personal.
 - **Contabilidad:** Este área se encarga principalmente de estudiar, medir y analizar el patrimonio de la empresa con el fin de servir en la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes interesadas.
- **Control de calidad:** Es el encargado de realizar todos aquellos mecanismos y acciones para detectar la presencia de errores. La función del control de calidad existe primordialmente para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de producción.
- Implantaremos en nuestra empresa las normas sobre calidad y gestión continua de calidad **ISO**.

5. PLAN COMERCIAL

5.1 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

U-Systems es una empresa que se dedica a la venta de ordenadores con software de licencia libre. Su principio básico es ofrecer ordenadores de la máxima calidad, a un precio muy competitivo en el mercado, ahorrando los costes de añadir una licencia de un sistema operativo de pago a un ordenador, y también ahorrando los costes (en su mayor medida), de el montaje de este.

El sistema operativo que hemos elegido ha sido Ubuntu dado que, a parte de ser un sistema operativo gratuito, posee muchas ventajas respecto a sus rivales, alguna de ellas son por ejemplo la no existencia de malware, centro de software online, su accesibilidad, su fiabilidad,....



Nuestros productos van destinados principalmente a usuarios o empresas, que estén realmente interesados en utilizar Ubuntu, en su versión más actual. Estos pueden ser usuarios o empresas que utilizan el ordenador para trabajar o programar, en cuyo caso ubuntu es una alternativa muy buena al poder trabajar con mayor comodidad y sencillez que en otros sistemas operativos de pago.

Otro punto fuerte que poseemos es nuestro servicio técnico, ofreciendo la máxima calidad y garantía en todos nuestros equipos y respondiendo ante cualquier imprevisto con total rapidez y profesionalidad.

5.2 EL NOMBRE Y EL LOGO DE NUESTRA EMPRESA

El nombre que hemos elegido para nuestra empresa es U-Systems, ya que pensamos que es un nombre que refleja fielmente la actividad que realiza nuestra empresa. El logotipo elegido para nuestra empresa es un logo atractivo y fácil de recordar.



5.3 PROMOCION DE NUESTROS PRODUCTOS

Al ser nuestra empresa nueva necesitaremos unas estrategias diferentes para conseguir una buena aceptación de nuestros productos. Algunas estrategias que podemos usar son:

- **Estrategia de tamizado, desnatacion o descremación de precios:** que consiste en lanzar nuestro producto a un precio alto y con un gran esfuerzo de promoción, obteniendo asi altos márgenes de beneficio.
- **Estrategia de penetración:** consiste en lanzar nuestro producto a un precio bajo para conseguir una alta cuota de mercado rápidamente.
- **Estrategias de precios:** Poner nuestros productos a precios promocionales, descuentos periódicos, descuento por pronto pago,...
- **Presentación de nuestros productos al público:** en foros, conferencias,... ofreciendo obsequios.

5.4 PUBLICIDAD

Los medios mediante los cuales nos daremos a conocer serán:

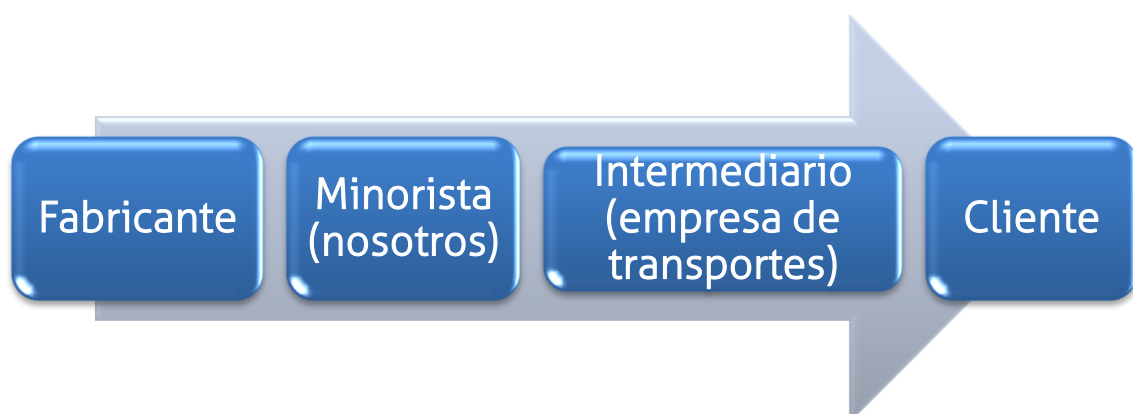
- **Internet:** mediante la publicidad en pagina web, mediante nuestra propia pagina web la cual dispone de un catalogo con todos nuestros productos y la posibilidad de realizar compras online, mailing....
- **Publicidad:** mediante anuncios en la prensa escrita, mediante folletos publicitarios, buzoneo,...
- **Trato personal:** mediante la venta personal mediante nuestro personal comercial.

5.5 CANALES DE DISTRIBUCION

Nuestro canal de distribución contara con intermediarios, seremos un comerciante minorista, dado que nosotros compraremos los componentes (hardware) al fabricante de los mismos, realizaremos el montaje e instalación y posteriormente lo venderemos al consumidor final.



En el caso de que la venta se realizase online en nuestra pagina web, aparecería un intermediario, que sería la compañía de trasportes que se encargaría de llevar nuestro producto a nuestro cliente.



5.6 ESTRATEGIA Y FIJACION DE LOS OBJETIVOS COMERCIALES

OBJETIVOS:

- **Objetivos por clientes:**
En nuestra empresa el objetivo más importante es la satisfacción de estos, ofreciéndoles un trato y un servicio impecables.
- **Objetivos por producción:**
Nuestra empresa debe de ser rentable económicamente y por ello otro de nuestros objetivos es la producción de un buen número de ordenadores con una calidad excelente.
- **Objetivos por rentabilidad:**
Nuestra empresa debe de ser rentable para que esta subsista, y por tanto nos debemos marcar un objetivo claro de que nuestra actividad como empresa sea rentable.
- **Objetivos por alcance geográfico:**
Nuestro primer objetivo será que nuestra empresa trabaje a nivel autonómico (Aragón), aunque por internet podríamos atender pedidos a través de todo el territorio nacional (España).

ESTRATEGIA:

Nuestra estrategia será competir en base a los costes del producto, y para solucionar problemas de adaptación al entorno ofreceremos un trato personalizado para el buen uso de nuestros productos.

La reducción del coste de cada terminal se vera dada por el ahorro de las licencias, el precio de los componentes ya que los compraremos en grandes cantidades y la manos de obra.

5.7 POLITICA DE PRECIOS

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado.

Como empresa pequeña (PYME) debemos plantearnos poner un precio razonable a nuestros productos, ya que estos precios inciden directamente en la cantidad de productos que venderemos y también en la cantidad de clientes que tenga nuestro negocio. Debe de ser un precio llamativo para el consumidor, pero sin ser excesivamente barato, para poder cubrir costes y obtener un beneficio suficiente como para poder mantener nuestra empresa y asegurarnos un sueldo que sea mas o menos logico en funcion del tiempo que dediquemos a nuestra actividad empresarial.

6. PLAN DE OPERACIONES

6.1 PROCESOS Y OPERACIONES

- Publicidad y marketing: anunciarnos sobre todo en Internet pero también en prensa escrita para darnos a conocer ante los clientes finales, y sobre todo dar a conocer nuestras ventajas con respecto a la competencia directa e indirecta.
- Diversificación de productos: cada cliente es diferente al resto y queremos ajustarnos a las necesidades de cada uno, porque una pequeña empresa puede que no necesite el mismo equipo informático que un profesional del sonido, un contable o un simple usuario doméstico. Queremos ofrecer (en principio) 3 modelos preconfigurados de equipos informáticos, y si el cliente necesitara algo más específico podríamos valorar la opción de configurárselo a medida.
- Estudio del producto demandado: si el cliente nos pidiera un número determinado de alguno de nuestros productos en catálogo, nos pondríamos a trabajar directamente para atenderle, pero si necesitara un PC a medida tendríamos que estudiar el coste que ello nos supondría en función de nuestros proveedores.
- Contactar con proveedores: buscaríamos la mejor opción entre los proveedores nacionales e internacionales que existen para poder minimizar gastos (como envío, aduanas...) y en consecuencia poder ofrecer un mejor precio al cliente.

- Elaboración del producto: pediremos los componentes y en cuanto dispongamos de ellos nos pondremos a trabajar en nuestro taller para poder servir al cliente lo antes posible. Esta fase se compone de varios pasos:
 - Comprobación del correcto funcionamiento de las piezas.
 - Ensamblaje del equipo encargado por el cliente.
 - Instalación del software básico (sistema operativo y aplicaciones adicionales).
 - Comprobación del sistema.
- Entrega del producto y cobro del presupuesto.

FALTA



6.2 RECURSOS NECESARIOS

INMOVILIZADO INTANGIBLE			
Descripción	Cantidad	Importe	Total
Licencia Win7	1	110€	110€
INMOVILIZADO MATERIAL			
Descripción	Cantidad	Importe	Total
PC sobremesa	2	400 €	800 €
Pantalla TFT	2	70 €	140 €
Impresora en red	1	150 €	150 €
Router	1	60 €	60 €
Mostrador	1	490€	490€
Mesa de oficina	2	260€	520€
Mesa de trabajo	2	365€	730€
Silla de oficina	2	250€	500€
Lámpara	2	15€	30€
Estantería	4	60€	240€
Kit Herramientas	3	45€	135€
TOTAL INMOVILIZADO MATERIAL			3.795,00 €

AMORTIZACIONES				
Elemento	Importe	Tiempo vida	% amortización	Cuota anual
Mobiliario:	2510€	10	10%	251€
Equipo informático:	1260€	6	16.66%	210€
Software	110€	4	25%	27.5€
Herramientas	135€	7	14.26%	19.26€

Propiedad inmobiliaria	?	?	?	?
TOTAL	4.015,00 €	-	-	507.76€

7. PLAN DE INVERSION

7.1 REVISIONES SOBRE LOS GASTOS ANUALES

	<u>Gastos bancarios</u>	<u>Seguro</u>	<u>Alquiler</u>	<u>Publicidad</u>	<u>Agua</u>	<u>Electricidad</u>	<u>Teléfono + internet</u>	<u>TOTAL</u>
Marzo	10€		500€	800€	30€	80€	25.90€	
Abril	10€		500€	774€	30€	95€	25.90€	
Mayo	10€		500€	752.72 €	30€	75€	25.90€	
Junio	10€		500€	730.13 €	30€	80€	25.90€	
Julio	10€		500€	708.2€	30€	85€	25.90€	
Agosto	10€		500€	687€	30€	80€	25.90€	
Septiembre	10€		500€	666.4€	30€	95€	25.90€	
Octubre	10€		500€	646.4€	30€	85€	25.90€	
Noviembre	10€		500€	627€	30€	85€	25.90€	
Diciembre	10€		500€	608.2€	30€	80€	25.90€	
Enero	10€		500€	590€	30€	85€	25.90€	
Febrero	10€		500€	573€	30€	75€	25.90€	
<u>TOTAL</u>	120€		6000 €	8163.05 €	360 €	1000€	310.80€	7790.8*

7.2 PREVISIONES SOBRE LOS GASTOS ANUALES

Precios PC:

- Gama baja 350€
- Gama media: 450€
- Gama alta: 600€

	Gama baja	Gama media	Gama alta	Personalizados	TOTAL
Marzo	25	18	10	2	23850
Abril	26	19	11	3	25750
Mayo	27	20	13	2	27250
Junio	29	21	14	2	29000
Julio	30	22	16	3	31500
Agosto	32	23	18	5	34850
Septiembre	33	25	19	4	36200
Octubre	35	26	21	4	38550
Noviembre	37	27	22	4	40300
Diciembre	38	29	23	3	41650
Enero	41	31	25	6	46300
Febrero	43	32	26	5	47550
TOTAL	138600	131850	130800	21500	422750

7.3 CRECIMIENTO VENTAS: 5% DECREMENTO PUBLICIDAD: 3%

Las previsiones de crecimiento de ventas indican que nuestras ganancias aumentarán un 5% anual durante los 3 primeros años y un 8% a partir del 4º año.

Nuestra inversión en publicidad será mayor al principio de nuestro proyecto e irá disminuyendo a un ritmo de 3% anual.

Impuesto de sociedades: 35%

Amortización: lineal

Beneficio obtenido por unidad vendida:

Gama baja 12 Gama media 17

Gama alta 25 Gama personalizado 20

	Gama baja	Gama media	Gama alta	Personalizados	TOTAL
Marzo	25	18	10	2	896
Abril	26	19	11	3	970
Mayo	27	20	13	2	1029
Junio	29	21	14	2	1095
Julio	30	22	16	3	1194
Agosto	32	23	18	5	1325
Septiembre	33	25	19	4	1376
Octubre	35	26	21	4	1467
Noviembre	37	27	22	4	1533
Diciembre	38	29	23	3	1584
Enero	41	31	25	6	1764
Febrero	43	32	26	5	1810
TOTAL					16043

7.4 FLUJOS DE CAJA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Inv. inicial	4.015,00 €	-	-	-	-	-	-
Ingresos por v	-	16.043,00 €	16.845,15 €	17.687,07 €	18.571,78 €	19.500,36 €	20.475,40 €
Costes fijos	-	-7.790,80 €	-7.790,80 €	-7.790,80 €	-7.790,80 €	-7.790,80 €	-7.790,80 €
Amortizaciones	-	-507,76 €	-507,76 €	-507,76 €	-507,76 €	-507,76 €	-507,76 €
Publicidad	-	-8.163,05 €	-7.918,16 €	-7.680,60 €	-7.450,20 €	-7.226,70 €	-7.010,00 €
BAIT	-	-418,61 €	628,43 €	1.707,91 €	2.823,02 €	3.975,10 €	5.166,84 €
Impuestos	-	-35,00%	-35,00%	-35,00%	-35,00%	-35,00%	-35,00%
BDT	-	-272,10 €	408,48 €	1.110,14 €	1.834,96 €	2.583,82 €	3.358,45 €
Amortizaciones	-	507,76 €	507,76 €	507,76 €	507,76 €	507,76 €	507,76 €
FLUJOS DE	-4.015,00 €	235,66 €	916,24 €	1.617,90 €	2.342,72 €	3.091,58 €	3.866,21 €

8 PLAN DE FINANCIACION

8.1 FINANCIACION DE CREDITO ICO SGR:

Nuestra necesidad de financiarnos surge del desembolso inicial que tendrá nuestra idea para llevarla a cabo.

Hemos supuesto un desembolso inicial de unos 10.000€ para empezar a montar un pequeño negocio y comprar el material necesario para montar nuestros primeros equipos.

En total somos 4 socios, cada uno de nosotros empezaríamos aportando una cantidad inicial de 1.000€, el resto , 6.000€ lo financiaríamos con un crédito ICO SGR para nuevas empresas a tres años, mas un año de carencia.

Tras analizar diversas alternativas de financiación, nos decantamos por financiar nuestro negocio con un crédito ICO SGR, puesto Instituto de crédito Oficial apoya a los proyectos de inversión de las empresas españolas, e impulsa y favorece proyectos tecnológicos, tal como es nuestro caso.

El desglose de los gastos iniciales para realizar nuestro proyecto seria el siguiente:

- **500€/mes** para el Alquiler de un local donde Instalar nuestro negocio.
- **150€** para comprar materiales de Oficina
- **700€** para comprar un equipo informático con escáner, una impresora y un monitor para poder gestionar y hacer facturas en nuestra empresa.
- **250€** para adquirir Inmuebles (estantería, mesa y silla para trabajar).

- **100€** para comprar Instrumental para montar y reparar equipos informáticos.
- Suponiendo un sueldo de 1000€ iniciales para cada uno: **4000€** en sueldos.
- **4300€** para la compra de material informático, con esta cantidad podríamos adquirir material suficiente para la fabricación de 15 equipos informáticos de gama media, ($4300/15 = 286,66€/Equipo$).

La duración de nuestro crédito ICO SGR, sería como anteriormente comentamos de tres años mas uno de carencia con un tipo de interés variable (tipo semestral 5.199), con una cuota nominal mensual en el año de carencia de 43,32€, y una cuota nominal mensual de 379,61€ los tres años restantes

En la siguiente Tabla se puede mostrar el cuadro de Amortización del préstamo ICO SGR a 3 años , Incluyendo el año de carencia como el primer año que se muestra en la tabla:

Interés Anual = $5.199 \times 2 = 10,398$

AÑOS	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	AMORTIZADO	PENDIENTE
0	-	-	-	-	10000
1 (carencia)	0	10398	0	0	11398
2	4555,32	1185,16	3370,16	3370,16	8027,84
3	4555,32	834,73	3720,59	7090,75	4307,25
4	4555,32	447,86	4107,25	11398	0

Cuadro de Amortización de prestamos

8.2 AYUDAS Y SUBVENCIONES

Al ser un proyecto de empresa dentro del ámbito de las TICs, y ser una PYME podemos recibir en Aragón el siguiente tipo de ayuda/subvención:

Ayudas para la implantación de calidad y de mejora de la productividad en empresas del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones

BENEFICIARIOS:

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) cuyo objeto social corresponda al sector de tecnologías de la información y las comunicaciones que, con domicilio social en la Comunidad Autónoma de Aragón o con delegaciones en dicha Comunidad Autónoma, efectúen inversiones o gastos relacionados con las actuaciones subvencionables.

CUANTIA DE LA AYUDA:

Dentro del crédito disponible, la cuantía individualizada de la subvención a otorgar podrá ser de hasta el 50% de los gastos subvencionables con un máximo de:

- A) 15.000 euros por beneficiario que obtenga acreditaciones o realice evaluaciones no oficiales que acrediten la mejora en los procesos de la empresa, y
- B) 30.000 euros por beneficiario que realice evaluaciones oficiales con la obtención de resultados positivos.

GASTOS SUBVENCIONABLES:

- A) el gasto de personal propio de gestión y técnico que participe en el programa de mejora;
- B) el gasto en la consultoría realizada para el diagnóstico previo, la definición del programa de mejora, las evaluaciones finales y las certificaciones;
- C) el gasto de personal propio y externo que participe en el programa de mejora, y
- D) otros gastos directamente imputables a las actuaciones subvencionables indicadas en el apartado segundo.

9 BALANCE Y CUENTA DE RESULTADOS

- EMPRESA: U-SYSTEMS (Datos en unidades)

	2011
ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	
Propiedad Industrial	500
Inmovilizado Material	1100
Inmovilizado Intangible	0
Amortización Acumulada Inmovilizado	0
EXISTENCIAS	
Existencias	4300
REALIZABLE	
Clientes	7500
Deudores Varios	0
DISPONIBLE	
Caja	7500
Bancos	10000
TOTAL ACTIVO	

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	
Capital	10000
PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas con entidades de crédito	
PASIVO CORRIENTE	
Proveedores	
Otras deudas a corto plazo	
TOTAL PASIVO	

CUENTA DE RESULTADOS	
INGRESOS (I)	
Ventas	
CONSUMOS (C)	
Aprovisionamientos	
Costes de Producción	
MARGEN BRUTO (M = I-C)	
GASTOS (G)	
Gastos de Personal	
Otros Gastos de Gestión	
Tributos	
BENEFICIO BAI (I-C-G)	
Gastos Financieros (F)	
BENEFICIO BAI (BAI-F)	
Impuesto sobre Beneficios	
BENEFICIO NETO EXPLOTACION	
Resultados Extraordinarios	
BENEFICIO NETO	

Balance y Cuenta de Resultados