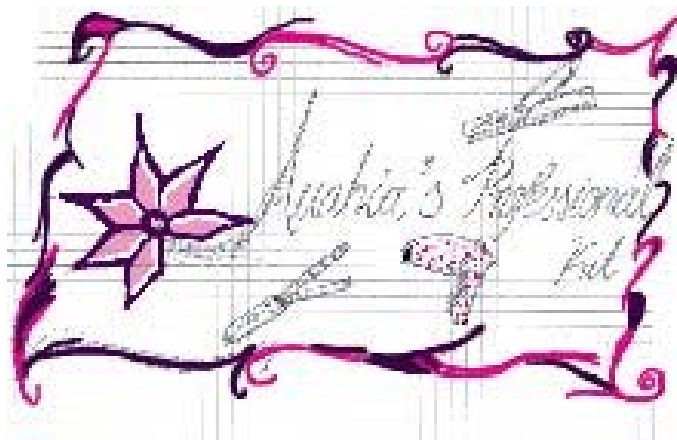


ANAHIA'S PROFESSIONAL KIT



Nuestro proyecto consiste en un *Mini-kit portátil personalizado* que lleva: una mini-plancha con su bolsa térmica, un mini-secador y unas mini-tenacillas, éstos van a batería con sus respectivos cargadores y el cliente puede elegir el diseño de su kit según sus gustos además contiene un peine especial y reparamos las placas de las planchas a buen precio.

Promotores:

Ana Lapuente Civera
Lorena Lasa González
Sophia Igbinakhase

Podeís ver los pasos de la creación de nuestra empresas en nuestro twitter

https://twitter.com/#!/anahia_faq

Se adjunta el proyecto empresarial completo en una carpeta con el nombre de la empresa en formato Web (abrir con Index) © www.crearempresas.com

INDICE

- Introducción
- Estrategia competitiva
- Análisis del entorno
- Nombre y logotipo
- Viabilidad del proyecto
- Legalización

Introducción

La idea de crear una empresa fue al cogernos la asignatura de FAG al principio no teníamos mucha idea de que empresa crear porque queríamos que fuera algo original y no las que siempre se crean.

Tuvimos muchas ideas como la de hacer un restaurante dietético, una panadería virtual, unos tacones desmontables y una empresa de organización de eventos pero analizamos las ventajas e inconvenientes de cada uno y optamos por llevar adelante la idea del mini-kit ya que pensamos que puede tener buenos resultados en el mercado al ser un producto novedoso, a la vez que manejable debido a que es portátil y mini además nuestros clientes podrán llevar sus productos a donde ellos quieran sin necesidad de tener que buscar un enchufe.

Otra característica de nuestro kit es que lo personalizamos como nuestros clientes nos piden, en ese aspecto consideramos que somos distintas a el resto de las empresas.

Debido al periodo de crisis en el que estamos no solo vendemos planchas, sino que también reformamos las placas de las planchas viejas a un precio asequible.

Si nuestros clientes no tienen tiempo de acudir a nuestra tienda, disponemos de una página web por la cual nuestros clientes podrán elegir sus diseños, encargarnos y se lo llevaremos a domicilio, además de hacernos sugerencias para poder mejorar nuestros servicios.



Promotores:

Nombre y apellidos: Sophia Igbinakhase

Fecha y lugar de nacimiento: 21/10/1992 Benin City (Nigeria)

Dirección: Avd./ San José Nº 122 1ºC

Código postal y Población: 50008, Zaragoza

Teléfono: Móvil: 681009275

Curso: 2º de Bachillerato

Nombres y apellidos: Ana Lapuente Civera

Fecha y lugar de nacimiento: 4/07/1994, Zaragoza

Dirección: C/Rosellón Nº1 7N

Código postal y población: 50007, Zaragoza

Tfno.: 976 25 36 68 **Móvil:** 675407171

Curso: 2º de Bachillerato

Nombre y apellidos: Lorena Lasa González

Fecha y lugar de nacimiento: 09/05/1994 Zaragoza

Dirección: C/Levante Nº12-14-16 3ºB 2ª escalera

Código postal y Población: 50007 Zaragoza

Teléfono: 976254764 **Móvil:** 659698753

Curso: 2º de Bachillerato

Nombre y logotipo

El nombre de la empresa surgió entre todas queríamos un nombre atractivo y a la vez eficaz, que diera imagen de un grupo serio y con ganas de atraer al público y el uso de los vocablos en inglés también lo pusimos porque pensamos que es algo muy actual y estamos muy acostumbradas a ver rótulos en inglés.

En cuanto al logotipo pues cada una hizo un boceto y se eligió el de una compañera que nos pareció bastante adecuado y llamativo y luego decidimos darle color así tendría más vida.



Después de darle vida nos quedo algo así:



Estrategia competitiva

La estrategia competitiva que anahia's profesional mini-kit va a llevar a cabo es la de diferenciación del producto puesto que somos la primera empresa a nivel nacional que produce planchas, tenacillas, secadores con unos cuantos puntos fuertes:

1. Nuestros productos vienen personalizados a gusto de nuestros clientes con todo tipo de estampados.
2. Funcionan a batería recargable y esto facilita el poder desplazarlos a cualquier lugar.
3. Son minis lo cual es original ya que la mayoría de las empresas competidoras los hacen a un tamaño normal



ANÁLISIS PORTER:

1) Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales:

Ahora mismo no hay tiendas que tengan este factor de que vayan a batería, pero si que hay mucha competencia en productos de estética, por lo que nos podrían imitar muy pronto pero para eso nos especializaríamos y sacaríamos mas ofertas así nos podremos diferenciar de los demás.

2) Amenaza de entrada de nuevos competidores:

La entrada de nuevos competidores puede ser alta, ya que este producto no existe en Zaragoza pero si en otros países, pero también pensamos que no todos querrán lanzarse a ese mercado ya que no saben si tendrían éxito.

3) Amenaza de productos sustitutivos:

De momento no tenemos esta amenaza porque no hay otros productos que te ayuden a mantener tu melena perfecta a todas horas, pero puede que los cosméticos hagan algo parecido pero no siempre tiene el mismo resultado.

4) Poder de negociación de los proveedores:

Al ser un sector en el que hay muchos proveedores podemos elegir el que nos ofrezca la materia prima mas barata, pero al no tener mucha competencia de momento nos pueden subir los precios en ese aspecto.

5) Poder de negociador de los clientes:

Depende de cómo sean los inicios de nuestra tienda los precios serán acorde con nuestra popularidad. Pero nunca excesivos. De hecho, pondremos un precio módico y algunas ofertas como por ejemplo: 2x1, para atraerlos.

ANÁLISIS DAFO

PUNTOS DÉBILES: <ul style="list-style-type: none">- Inversión de capital elevado- Los compradores tiene mas confianza en las grandes empresas- Precio del producto puede ser mas alto que el de los productos de estética normales (con cable)	AMENAZAS: <ul style="list-style-type: none">- Competencia- Posibilidad de clientela más reducida-Momento de crisis económica
PUNTOS FUERTES: <ul style="list-style-type: none">- Producto innovador- Gran beneficio a largo plazo- Diversidad de producto - Forma de distribución on-line	OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none">- La gente se preocupa mucho por su estética (influyen mucho las tendencias)- Gustara mas al ser personalizados- Ubicación de nuevas tiendas tendrán un coste menor

MATRIZ DE IMPACTOS

Nuestra elección a sido una estrategia defensiva: ya que tenemos mas puntos fuertes que débiles aunque podemos tener competencia, posibilidad de clientela mas reducida y la situación que estamos en crisis.

VIABILIDAD DEL PROYECTO

Para que crear nuestro proyecto tuvimos responder a las siguientes preguntas para demostrar que nuestro proyecto tenía futuro:

- **¿Existe un nicho de mercado?**

Si tenemos un nicho en el mercado porque no hay ninguna otra empresa en nuestra ciudad que haga productos de peluquería a batería, minis y personalizados como hará nuestra empresa.

- **¿Existe un hueco de mercado?**

No hay hueco de mercado ya que no hay ninguna empresa que ofrezca estos productos en nuestra ciudad y nosotras vamos a montar nuestra empresa en el centro de Zaragoza donde están los mejores negocios ya que ahí es un lugar donde suele ir la gente a comprar y así nos para darnos a conocer mas fácilmente.

- **¿Qué volumen potencial tiene el mercado?**

Hasta que nos demos a conocer igual nos costará, pero al ser innovador podríamos tener mucha clientela y si vemos que no funciona haríamos ofertas y nos moveríamos por redes sociales (twitter, tuenti, facebook).

Va encaminado hacia el género femenino en su mayoría sin importar la edad, pero también tendremos clientes masculinos (pero jóvenes).

Para poder adquirir nuestros productos no hace falta tener un nivel de ingresos muy elevado ya que nuestros productos no son del todo caros si los comparas con todo lo que contiene el kit y sus características.

El kit se comercializara sobre todo en navidad, para regalar en cumpleaños ya que es un regalo original y para la gente joven una apuesta segura aunque nuestro producto se puede comprar en cualquier época del año.

Estaremos situadas en una tienda en el centro no muy grande.

- **¿Cómo reaccionaran nuestros competidores?**

Puede llegar a ser una gran sorpresa para chicas que se preocupen por su estética pero también puede que al principio sea complicado introducirnos en el mercado ya que puede costar darnos a conocer y el coste del kit que al principio parece caro pero luego creamos que nuestros clientes al ver la calidad del producto y los buenos resultados que da no tendrán problema en adquirirlo.

- **¿Es un mercado que crece o decrece?**

Al principio nos costaría crecer en el mercado ya que es un producto que ya está inventado pero vamos a crecer porque somos una empresa novedosa puesto que en España no hemos encontrado una empresa que comercialice este tipo de productos pero sí en el extranjero.

- **¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio los clientes potenciales?**

El mini-kit personalizado cuesta 130€ porque si no está personalizado desciende a un precio de 100€. Disponemos de varios estampados bastante asequible para muchos bolsillos debido a que es un pack que contiene tres productos (plancha, secador y tenacillas).

El kit lleva gran cantidad de complementos como: pinzas, cargadores, bolsa térmica que nos permite llevarlo a cualquier sitio y peine con iones.

FORMA JURIDICA

La forma jurídica de Anahia's Professional kit es de una Sociedad Limitada.

Por las siguientes características:

La Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. R. L.) o Sociedad Limitada (S. L.) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

Los administradores deben cumplir una serie de requisitos:

- No podrán dedicarse, por cuenta ajena, al mismo género de comercio que constituya el objeto de la sociedad, salvo aprobación de la Junta General.
- Ejercerán el cargo durante el período de tiempo que se señale en los estatutos (que podrá ser indefinido) y podrán ser destituidos en cualquier momento por la Junta General, incluso aunque este punto no estuviese incluido en el orden del día.
- Para llevar a cabo las cuentas anuales deberán seguir las normas de las sociedades promiscuas.
- No es necesario que sean socios de la empresa, aunque los estatutos podrán establecer lo contrario, incluso otra serie de requisitos.

Cada uno de los socios de una sociedad limitada tiene una serie de derechos:

- Derecho a participar en el reparto de beneficios y en el patrimonio de la sociedad en caso de liquidación.
- Derecho de tanteo en la adquisición de las participaciones de los socios salientes.
- Derecho a participar en las decisiones sociales y a ser elegidos como administradores.
- Derecho de información en los períodos establecidos en las escrituras.
- Derecho de obtener información sobre los datos contables de la Sociedad.

Conclusión: Aunque no nos dan subvenciones hemos escogido la Sociedad Limitada, debido a que si el negocio no va bien solo responderíamos con el capital inicial.

LOCALIZACIÓN

EXTERNA

Para decidir el local en el que tendría lugar nuestra empresa estuvimos mirando varios en centro de Zaragoza pero nuestro local finalmente se encuentra en la C/ Doctor Cerrada, en pleno Centro de Zaragoza.

Es una localización muy buena ya que se encuentra en una zona muy transitada, donde la gente va con poder adquisitivo porque ahí están las principales tiendas de la ciudad, y tiendas de moda a la que van muchos jóvenes y ellos son nuestros principales clientes por lo que eso se puede aprovechar para hacer publicidad y que fueran conociendo la tienda, situada cerca de muchas paradas de autobús por lo tanto hay accesibilidad a esta zona desde todos los barrios de Zaragoza.

INTERNA

Se trata de un local de 100 m divididos en dos plantas.

La fachada esta formada por dos grandes vidrieras que aprovecharíamos para poner un escaparate llamativo y que llamara la atención, encima de ellas colocaríamos un rotulo con el nombre de nuestra empresa.

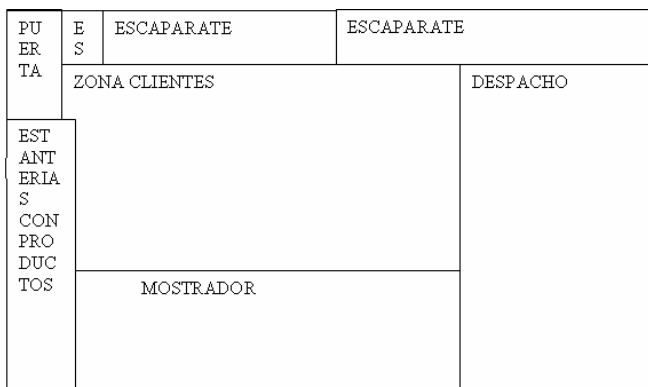
En la planta baja se encuentra un gran mostrador con 2 maquinas registradoras para que la gente pudiera ir pagando con tranquilidad y no tener que hacer una fila.

También tenemos un despacho con ordenador para poder ir controlando la contabilidad de nuestra empresa, y ir subiendo en la página web nuestras novedades.

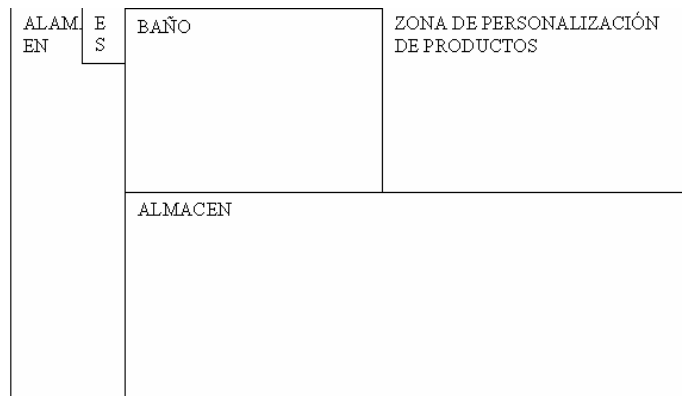
Todo lo demás de la sala está destinado a la exposición de todos nuestros productos ordenados para que la clientela pudiera ver con facilidad todo lo que se puede encontrar en nuestra tienda.

En la segunda planta tenemos un servicio para los trabajadores de la empresa y un almacén donde guardamos la mercancía nueva, reparamos las placas de las planchas viejas, y personalizamos los productos que se encargaran.

PRIMERA PLANTA



SEGUNDA PLANTA



AREA COMERCIAL

- ANÁLISIS DE MERCADO

- COMPETIDORES

- CLIENTES : ENCUESTA

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

→ Competidores

Nos encontramos con bastante competencia ya que es un producto que últimamente lo utiliza muchísima gente. A parte hay muchas marcas por ejemplo según lo que el cliente este dispuesto a pagar, en el mercado actual la mejor sin duda es la marca GH, pero hay más que se diferencian en mas baratas, mejor alisado, minis..



También encontramos empresas que nos hacen competencia en cuanto a que son portátiles un ejemplo esta en Alibaba.com que son paginas poco fiables, a diferencia de nosotras.



Pero nuestro producto se diferencia en: que son minis, son portátiles, y que a parte de todo se pueden personalizar a gusto del consumidor.

→ Clientes:

ÁREA GEOGRÁFICA:

La tienda de ANAHIA'S PROFESSIONAL KIT se encuentra en el centro de Zaragoza, una de las zonas más comerciales y transitadas de la ciudad diariamente.

Zaragoza cuenta con casi un millón de habitantes, lo que supone por su superficie una densidad de 693,3 habitantes por kilómetro cuadrado (datos de 2010).

Como dijimos anteriormente, llevamos idea de extender nuestro negocio a otras ciudades españolas, incluso a un nivel internacional, pero como aún no sabemos ni a qué ciudades ni siquiera si podremos permitirnos extender la empresa, de momento analizamos únicamente a Aragón.

CLIENTES POTENCIALES:

Nuestros clientes englobarían un grupo muy numeroso y sobre todo del sexo femenino, ya que productos que dirigidos más a la mujer.

También sería un grupo numeroso debido a las edades que nuestra tienda acepta, puesto que las planchas las usan desde niñas hasta adultos. Nuestros productos no entienden de edades.

Y para acabar con el apartado de clientes estas son las preguntas de nuestra encuesta:

1. ¿Utiliza usted productos de peluquería habitualmente?
2. ¿Le parece buena nuestra idea de que sean portátiles?
3. ¿Personalizaría usted la plancha si la comprase?
4. ¿Le parece caro el producto?
5. ¿Se fiaría usted de comprarla on-line?
6. ¿Repararía las placas de sus placas viejas?
7. ¿Te parece una zona accesible para llegar desde donde tu vives?
8. ¿Le gustaría que vendiéramos los productos individualmente?
9. ¿Que tipo de publicidad cree que nos vendría mejor para darnos a conocer?
10. ¿Que precio estaría dispuesto a pagar

Iba dirigida a 4 chicas de 17 a 18 años, dos chicos de 17 y 18, 3 señoras de unos 40 y una señora mayor de unos 70.

En resumen la idea les parece que tiene futuro, la personalización a las chicas jóvenes sobre todo les parece una buena idea pero en cambio a las señoras y a los no les llama demasiado la atención esta idea.

Y los precios nos los han dado más bajos, en cambio el lugar les viene bien a todos ya que Doctor Cerrada es una zona muy transitada y comercial.

- PLAN DE MARKETING
 - Producto
 - Precio
 - Comunicación
 - Canales de distribución



→ PRODUCTO

Anahia's Professional kit es una empresa dedicada al sector de la estética y en especial a la peluquería, ofrecemos un kit de peluquería que esta compuesto por una plancha, tenacillas y secador con tamaños reducidos y pueden ser personalizados y en el caso de la plancha sus placas pueden ser reparadas y las necesidades que intentamos cubrir son:

- No cargar con los productos a tamaño natural a todas partes y por esa razón esta en un kit y a tamaño reducido.

Pensamos que es una empresa que puede funcionar debido a que mucha gente les ha parecido bien por los resultados obtenidos en las encuestas y una de sus ventajas es que no hay muchas empresas que se dediquen a esto en Zaragoza pero también, partimos con una desventaja que puede ser, la confianza en nuestro producto por la razón de que no somos conocidos pero creemos que eso se soluciona haciendo publicidad de nuestro producto.

Anahia's Professional kit es el nombre elegido porque pensamos que es un nombre atractivo a primera y las palabras en ingles es porque ahora el anglicismo se lleva en todas partes entonces nos ha parecido interesante.

Y el envoltorio de nuestro mini-kit y en principio todos nuestros productos en sí serian de colores suaves, cálidos, como rosas, morados, azules, blancos ..etc., y a parte de estos colores estaría nuestra propuesta de personalizarlos con todo tipo de estampados.

→ PRECIO

La política de precios que vamos a seguir va a ser empezar con los precios que tenemos pensados dejar durante buena parte del año que son 100 euros sin personalizar todo el mini-kit y 130 euros personalizados los productos para así poder cubrir todos nuestros gastos del principio.

En ciertas fechas pondríamos ofertas, bajando un poco los precios como en navidad y verano.

Si vemos que nuestra empresa al principio le cuesta empezar a ganar bajaremos los precios hasta que empezara a funcionar correctamente.

→ COMUNICACIÓN

Anahia's Professional Kit se daría a conocer sobre todo por Internet creando una pagina Web y haciendo propagando de ella a través de las principales plataformas sociales como son Tuenti, Facebook y Twitter.



Otra forma que hablamos pensando para que la gente nos conociera es repartir propagando por la calle, pero hemos pensando que la mayoría de la gente no lo lee, directamente tiran los papeles que les reparten conque es una idea que tenemos que pensar.

Y el hecho de darnos a conocer en la tele lo miraríamos según los costes que ello nos llevara.

→ CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra empresa va a ser al por mayor, venderemos nosotras mismas el producto a los clientes en la tienda que tenemos en la C/Doctor Cerrada, ya que estaremos las 3 trabajando ahí.

No contrataremos a nadie más, ya que pensamos que somos suficientes 3 personas, nos iremos turnando una atendiendo al público, otra repartiendo propagando y otra en el almacén arreglando las placas, en cuanto nos diéramos a conocer ya estaríamos 2 en el almacén o 2 en el mostrador según la gente que estuviera en la tienda.

ÁREA DE APROVISIONAMIENTO Y PRODUCCIÓN

→ PROVEEDORES

→ COSTES

PROVEEDORES



Para la creación de nuestra empresa hemos necesitado: un electricista para las instalaciones eléctricas, un pintor que nos pintó (ambas plantas de nuestro local), un fontanero que se encargó del baño.

Para el suministro de materias primas hemos necesitado un camión de mudanzas y las materias primas tales como las carcassas de las productos así como pinturas especiales para decorarlas.

El mobiliario de nuestra empresa lo hemos comprado en: Ikea, El Corte Inglés y Mediamark y la caja registradora y el aire acondicionado lo hemos comprado por Internet.

COSTES:



Hemos distinguido entre costes directos e indirectos hicimos una tabla para averiguar los costes de nuestra empresa:

→ Los directos han sido: 59.51€, mientras que los indirectos han sido: 5145.73. Por lo que los gastos totales son de **5205.24€**

ÁREA ECONOMICA-FINANCIERA

- BALANCE
- PLAN DE INVERSIONES

BALANCE

En esta área calculamos el balance de nuestra empresa para los próximos tres años

