



David Mur, Néstor Naharro, Sergio Henríquez

© www.crearempresas.com

En el siguiente enlace presentamos la idea de nuestro proyecto mediante Power Point

<http://www.slideshare.net/Gersio/presentacion-desafio1-11220109>

Síguenos en nuestro Twitter: <https://twitter.com/#!/securdrive>

© www.crearempresas.com

INDICE

<u>Idea elegida</u>	03
<u>Nombre y logotipo</u>	03
<u>Análisis del Entorno</u>	04
• Entorno General	
• Entorno Específico	
○ Porter	
○ DAFO	
<u>Viabilidad del Proyecto</u>	05
<u>Estrategia Competitiva</u>	06
<u>Legalización</u>	06
<u>Localización</u>	06
<u>Área Comercial</u>	06
- Competidores	
- Clientes	
<u>Plan de Marketing</u>	07
- Producto/servicio	
- Precio	
- Comunicación	
- Canales de distribución y venta	
<u>Área de Aprovisionamiento</u>	07
- Proveedores	
- Clientes	
<u>Inversión</u>	08
- Plan de inversión y financiación	
<u>Área de recursos humanos</u>	09

- [Empleados](#)
- [Horario, Retribución e Higiene](#)

Viabilidad del negocio..... 10-11

- [Área financiera](#)
- [Área económica](#)
- [Área comercial](#)
- [Área técnica](#)
- [Área medioambiental](#)
- [Área jurídico legal](#)

IDEA ELEGIDA:

Nos llevo bastante tiempo decidir que tipo de negocio haríamos, finalmente es:

Sistema de alarma por GPS: Esta es la idea elegida consistiría en un sistema antirrobo por GPS que te permitirá desde el móvil localizar tu vehículo y cortar la corriente hacia el motor de manera que no podrá arrancar.

Ventajas: Vendemos seguridad, algo que la gente toma como prioridad a la hora de consumir.

Desventajas: Para algunos sectores, sería un capricho y no una primera necesidad.

NOMBRE Y LOGOTIPO:

Después de pensar mucho y dejar varias jornadas de reflexión para dar ideas al grupo los tres estuvimos de acuerdo en poner el siguiente nombre a nuestro grupo, **SECURDRIVE**. un nombre dinámico que combina la seguridad con la conducción. Antes barajamos otras ideas que también podrían haber resultado interesantes, como "innodrive" o "infralarm", pero al final nos decidimos por Securdrive ya que era más convincente y pensamos que es el que mas gancho tiene de cara al público.

En cuanto al logotipo nos costo bastante menos, realizamos un diseño simple y lo decoramos poniéndolo en 3D y añadiéndole las palabras "alarma", "GPS" y el nombre de la empresa.



Hay dos tipos de **análisis del entorno**, uno es el *análisis general* y el otro es el *análisis específico*.

General

Como el entorno general es el mismo para todas las empresas, no nos entretendremos mucho, ya que se divide en factores político legales, sociales demográficos, tecnológicos y económicos.

Específico

Hemos realizado varios análisis referidos a nuestro proyecto. Un análisis porter, en el que podemos destacar que nuestro proyecto, al desarrollar una nueva tecnología que nadie ha puesto a prueba, no tendremos un gran problema respecto a la competencia ni con los proveedores. El problema estará con los productos sustitutivos, que abundan en el mercado.

También realizamos un análisis DAFO, resumiendo nuestras oportunidades y fortalezas y una matriz de impactos en la que sacamos las conclusiones de este DAFO. Esto sitúa a Securdrive en una situación positiva ya que el número de nuestros fuertes y oportunidades es mayor que el de nuestras debilidades y amenazas

Viabilidad del proyecto

Para saber si nuestra empresa es viable o no, debemos realizar un estudio sobre el atractivo del producto y el mercado. Para realizarlo nos hicimos las siguientes preguntas, que ampliamos en nuestra pagina web

- ¿EXISTE UN NICHOS DE MERCADO?
- ¿EXISTE UN HUECO DE MERCADO?
- ¿QUÉ VOLUMEN POTENCIAL TIENE EL MERCADO?
- ¿CÓMO REACCIONARÍAN NUESTROS COMPETIDORES?
- ¿ES UN MERCADO QUE CRECE O DECRECE?
- ¿CUÁNTO ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL PRODUCTO O SERVICIO LOS CLIENTES POTENCIALES?

La conclusión que podemos sacar de tanta información es que aunque existan productos sustitutivos, nadie tiene nuestro producto y la gente querrá mas seguridad para su vehiculo, por lo que, aunque sea un mercado que decrezca, es un nuevo producto revolucionario por los que los clientes estarán dispuestos a pagar.

Estrategia competitiva

La estrategia competitiva que Securdrive va a llevar a cabo será la de diferenciación del producto.

Así, nuestros puntos fuertes de potenciación de nuestro sistema anti robo son:

- La tecnología innovadora que utilizamos
- Somos pioneros en Aragón
- Ofrecemos un servicio a tu medida
- Nuestra alarma da una seguridad a un bien que la gran mayoría de familias dispone

Por lo tanto, la diferenciación de nuestros servicios y nuestros puntos fuertes son los que vamos a potenciar para que nuestro sistema de alarma por GPS salga adelante y se convierta en una referencia a nivel nacional e internacional.

Legalización

Llegamos al acuerdo de que Securdrive tenga la forma jurídica de Sociedad Limitada. Por las siguientes características:

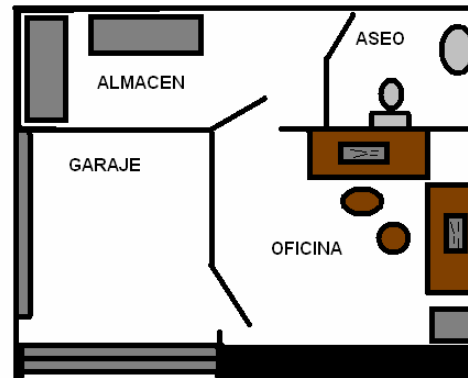
La Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. R. L.) o Sociedad Limitada (S. L.) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

La administración se puede confiar a un solo administrador (administrador único), a dos administradores (solidarios o mancomunados) o a un Consejo de Administración (tres o más administradores), como es nuestro caso.

Localización

Hemos decidido que nuestro taller no necesita ser excesivamente grande ya que somos emprendedoras y la alarma y su instalación tampoco es costosa como para hacerlo más grande. El terreno en el que hemos decidido situar nuestra empresa se encuentra en el barrio San José, en la calle escultor Moreto. Pensamos que es una óptima localización puesto que en los alrededores de este barrio se encuentran distintos talleres.

Y en cuanto a la localización interna la hemos distribuido como en la imagen que os enseñamos ahora.



Área comercial

En cuanto al área comercial, hemos hecho un estudio dividido en competidores, clientes y plan de marketing.

- **Competidores:** En un principio nos encontramos con una competencia directa aunque también tenemos competencia al desarrollar nuestra tecnología, existen varias empresas en España de GPS que si quisieran expandirse podrían copiar nuestra idea
- **Clientes:** Nuestros clientes son todo tipo de gente, mayormente con un vehiculo de desplazamiento cuyo riesgo de perder el vehiculo sea mayor. En principio, nuestros clientes son los ciudadanos de Zaragoza que conozcan nuestro negocio.
- **Plan de Marketing:** Este plan que hemos realizado, resume en que consiste nuestro proyecto, que ya hemos resumido reiteradas veces en este resumen. También decidimos la politica de precios que vamos a establecer. Pretendemos empezar con unos precios mas asequibles Una vez que la gente nos conoce y la demanda aumente, el precio de nuestro servicio subiría

Área de aprovisionamiento

En este apartado nos hemos centrado en buscar los costes tanto directos como indirectos que tendrá nuestra empresa, y posteriormente refiriéndonos a dichos costes hemos buscado aquellos proveedores que nos ofrecían los materiales que necesitábamos con la mejor relación calidad/precio. En nuestra página se puede observar el balance de previsión con nuestros gastos en los 3 primeros años, en resumen, tendremos unos gastos de 14.454,45€. Y un resumen de que proveedores tendremos. Después de mucho discutir decidimos que fuesen Media Markt y FNAC.

Inversión

Primer año: En el primer año de nuestra empresa ha sido un comienzo duro pero gracias a nuestro capital inicial hemos podido resolver las deudas iniciales. El capital social con el que empezamos en nuestra empresa era de 30000€ y contamos con una reserva de 1.050 € con lo que podemos afrontar las deudas de los primeros proveedores, los materiales que vamos a adquirir son económicos y asequibles. El resultado del ejercicio será negativo por gastos pero no será muy excesivo, nuestras deudas a largo plazo serán 0 € y nuestro pasivo corriente estará dedicado completamente a los proveedores.

Inmovilizado material se dedicará a , Gastos y Mobiliario. También para el desarrollo de nuestro trabajo y nuestros ratos libres (ocio) dedicaremos nuestro capital en procesos de información con un valor de más de 1400 €. En el caso de tener alguna emergencia y necesitar dinero para algún tipo de negocio dispondríamos el dinero en Caja y Bancos (5817€)

Segundo año: El segundo año será mas duro ya que tendremos que soportar la Amortización Acumulada de Inmovilizado Inmaterial. Empezamos a tener clientes consolidados debido a nuestro buen servicio relación calidad-precio. Aunque no es común empezamos a tener beneficios ya en este segundo año, no alcanzaremos el capital con el que comenzamos esta empresa por completo, pero ya empezamos a ganar dinero comparando con el año primero en cuestión.

También calculamos la amortización de aparatos electrónicos; El dinero en caja se mantendrá y sin duda, la empresa, comenzará a levantar el vuelo. La cuenta de clientes ya en este primer año ascenderá a 2640, una cantidad elevada sin duda que seguirá ascendiendo en años consiguientes. También los efectos comerciales a cobrar empiezan en este segundo año a crecer.

Teniendo en cuenta la rápida evolución de nuestra empresa, a pesar de no tener muchos clientes, el gasto es mínimo, y cada año, adquirimos nuevos clientes que, al ver la efectividad de nuestros servicios, a la par que nuestra garantía de precios bajos, no nos abandonarían. Esto nos lleva a pensar que a pesar de tener pérdidas estos primeros años, a la larga, tendremos unos beneficios cuantiosos.

Tercer año: El tercer año, sin ninguna duda revela grandes oportunidades para nuestra recién creada empresa; los beneficios ya empiza a parecerse a nuestra Inversion .La cuenta de clientes, sobrepasa la amortización y el gasto, es decir, que ya sin ninguna duda empiezan los beneficios. Este tercer año muestra sin complejos la futura evolución que exponemos; es decir, que poco a poco, año a año, los beneficios van creciendo conforme la empresa es más conocida, y los clientes se afianzan. La cuenta de clientes ha ascendido de una forma escandalosa, casi el doble que el año anterior, los efectos comerciales a cobrar aumentan de manera superlativa en comparación a la de efectos comerciales a pagar. Los proveedores cada vez nos sale más caro pero en poco tiempo, otro año como mucho, conseguiremos racionalizar más los costes obteniendo mejores precios cada vez. La caja se sitúa en 1.140€ por lo que tenemos dinero en efectivo para afrontar cualquier problema.

Nuestra empresa tiene futuro y eso es lo que demuestran estos estudios en los que alcanzamos un gran rango de beneficios sin ninguna duda en tan solo 3 años; el cuarto sin duda sería maravilloso si continuara los rangos que llevó del año 2 al año 3.

Área de RR.HH.

- **Contratación:**

El tipo de contrato que hemos elegido son los contratos indefinidos, aquél que se concierta sin establecer límites en la prestación de los servicios. Adquirirán la condición de fijos aquellos trabajadores que no hubiesen sido dados en alta en la Seguridad Social superado el periodo de prueba, así como aquellos trabajadores con contrato temporal celebrados en fraude de ley.

- **Formación:**

Necesitamos personal con cierta experiencia cara al público. Tiene que ser educado, extrovertido y simpático para poder ofrecer a nuestros clientes un buen servicio.

- **Selección:**

Los candidatos serán entrevistados por las tres componentes de la empresa Sergio, Néstor y David. Elegiremos a la persona que más se acerquen al perfil descrito anteriormente.

En esa entrevista, primeramente se le expondrá a los candidatos en qué consiste el puesto exactamente, y si lo aceptan, se mantendrá una conversación en tono informal para averiguar todo lo posible acerca del aspirante. Si todo sale según lo previsto, se firmará el contrato allí mismo, o se le llamaría con la decisión que tomáramos.

- **Horario y retribución**

En cuanto al horario nuestra tienda de sistemas de alarmas estará abierta todos los días menos los domingos y los días festivos. El horario será desde las 10:30 de la mañana hasta las 13:30 del medio día, tendremos un descanso de 2 horas hasta 16:00 y después hasta las 20:00 de la tarde cuando vamos a cerrar la tienda.

Y en cuanto a los salarios, por la mañana estará una persona que vamos a contratar nosotros y que va a trabajar 4 horas diarias, 104 horas al mes y la vamos a pagar el salario mínimo interprofesional.

Viabilidad del negocio

Viabilidad económica: El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, en nuestro caso estudiaremos la viabilidad económica a partir del umbral de rentabilidad o punto muerto.

Viabilidad financiera: Es la capacidad de una Empresa de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo. Para tener un buen desempeño la Empresa debe prestar atención a su capacidad de generar recursos que necesita; tener capacidad de pago de sus cuentas operativas, pero también un excedente de ingresos con respecto a los gastos es la primera dimensión de este criterio.

Viabilidad tecnológica: En este apartado tendremos que desarrollar el aparato en cuestión. Para ello contaremos con la inestimable ayuda del ingeniero industrial Don Francisco J. Lite, perteneciente al departamento de tecnología del IES Pablo Gargallo, el cual asegura que la tecnología para la realización de nuestro proyecto existe y está a nuestro alcance; por lo tanto es viable. Utilizaremos un módem GPS que conectara con el propio Smartphone del cliente.

Viabilidad comercial: Después de haber analizado el estudio de mercado y el plan de marketing que hicimos hemos llegado a la conclusión que el proyecto que estamos desarrollado, es un buen proyecto y que la gente lo va a requerir puesto que la zona donde los hemos situado (resultados de la encuesta) es un sitio favorable, pues todo el mundo tiene un coche y cualquier zona que no este en los extramuros de la ciudad es bueno. En cuanto al precio pensamos que es un precio asequible para todo el mundo y que no es excesivamente caro.

Viabilidad medioambiental: Nuestra empresa no tendrá repercusiones medioambientales ya que nosotros nos responsabilizamos únicamente de instalar los productos en cada coche, pero no de los daños que pueda causar tal automóvil al medioambiente(emisiones de CO2). En conclusión Securdrive no va a crear mucha contaminación y como propietarios preocupados por el medio ambiente, haremos todo lo posible para que se reduzca esta posible contaminación.

Viabilidad jurídico-legal: Securdrive ha cumplido con todos los requisitos jurídico-legales que se le ha solicitado:

- El impuesto sobre TP y AJD
- Solicitud del CIF y la Declaración censal
- Impuesto sobre actividades económicas
- Licencia de apertura y obras
- Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras.
- Solicitud de alta del trabajos por cuenta
- Solicitud de inscripción en el sistema de seguridad social
- Solicitud de alta en el régimen especial de autónomica
- Afiliación de la seguridad social
- Contrato de trabajo