

SolarPhone

SOLARPHONE

Promotores:

Adriana Becerra García
Alejandro García Ibáñez
Rebeca Larraga Campuzano

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

Índice:

- Vídeo, presentación de la idea.....	3
- Idea de negocio.....	3
- Entorno general.....	3
- Entorno específico (Análisis porter, DAFO y matriz de impacto)....	3
- Legalización (Forma jurídica y Trámites realizados).....	5
- Viabilidad del proyecto.....	7
- Estrategia competitiva.....	8
- Localización.....	9
- Área comercial.....	9
-Área de aprovisionamiento.....	10
-Área de económica-financiera.....	10
-Viabilidad del proyecto.....	11

VIDEO, PRESENTACIÓN DE LA IDEA

<http://www.youtube.com/watch?v=IR0k8GmlQWo>

IDEA DE NEGOCIO ELEGIDA

SOLARPHONE:

Ventajas: Nuestra idea elegida es innovadora y muy práctica en muchas ocasiones de la vida diaria, ya que si estas por la calle y necesitas hacer una llamada telefónica y te das cuenta de que tu teléfono móvil se a quedado sin batería puedes hacer esa llamada que necesitabas, ya que nuestro proyecto consiste en móviles con cargador solar, y que además no dependes de tener un enchufe para cargar tu móvil, y un punto muy importante es que puedes utilizar energía renovable, y no contamina nada.



Inconvenientes: No sabemos la aceptación de este producto en el mercado.

ENTORNO GENERAL

En el entorno general hemos analizados varios aspectos de cómo afectarían a las empresas en general, hemos tenido en cuentas los siguientes factores:

Factor politico-legal, Factores sociales y demográficos, Las variables demográficas, Factores tecnológicos, Factores económicos.

ENTORNO ESPECÍFICO

-ANÁLISIS PORTER

- **Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales**

Unos de los puntos fuertes de nuestro proyecto es que no hay otro producto que ofrezca todas las funciones que ofrece el nuestro, no obstante, hay una gran competencia con las compañías telefónicas, porque aunque sus móviles no tengan la función que el nuestro si que tiene, van a intentar suplirla de alguna otra manera.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Nuestro producto al ser novedoso tiene grandes posibilidades de éxito y como no exige una gran inversión, puede crear una gran cantidad de competidores, lo que sería perjudicial para nuestro producto, pero lo bueno es que al ser los primeros en ofrecer este producto, la gente, probablemente, nos compraría más a nosotros.

- **Amenaza de productos sustitutivos**

La mayor amenaza de nuestro producto es el cargador de móviles tradicional, pero nuestro producto se diferenciaría de este, ya que si te quedas sin batería en el móvil en la calle y necesitas hacer una última llamada no vas a poder sacar tu cargador, porque no hay enchufes en muchísimos lugares, y con el cargador solar si que lo podrías cargar y hacer esa última llamada que querías.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de nuestra empresa no va a ser muy bueno ya que somos nuevos en esto, pero sabemos que enseguida vamos a tener un nivel de negociación muy alto debido a la

personalidad de cada uno de nosotros, y de nuestro poder de convicción. Además en cuanto nuestra empresa sea más conocida todo será más fácil en el campo de negociación.

- **Poder de negociación de los clientes**

En este caso el poder de negociación con nuestros futuros clientes, también volverá a ser un poco escaso, ya que es un producto innovador y tenemos que hacer algo para que se interesen por el, pero pronto este poder de negociación será mucho mayor.

-ANÁLISIS D.A.F.O.

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -No somos conocidos en el mercado. -Empezamos el proyecto mas tarde porque no nos poníamos de acuerdo en que proyecto hacer. -El tiempo atmosférico -Algunas personas tienen miedo de las nuevas tecnologías. 	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Somos gente joven, emprendedora y con ganas de mejorar cada día. -Es un producto novedoso que no existe. -Podríamos incorporar nuestro producto a múltiples empresas que tengan que ver con este sector. -Es un producto viable para expandirlo por todo el mundo. -Nuestra concesión para la explotación de este servicio estaría asegurada por un número mínimo de años.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tenemos poca experiencia en el sector. - Hay un gran crisis económica -Para poder expandirnos por otras localidades, primero tendríamos que ver si tenemos el suficiente éxito en nuestra ciudad o en otra ciudad más grande como podría ser Madrid. - La población de la tercera edad, probablemente, no nos compraría este producto. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Posibilidad de internacionalización. -Cada vez aumenta el número de adictos a los móviles. - El ritmo de vida actual es muy rápido y este producto haría que no tuviésemos que perder tanto el tiempo. -Barreras de entrada: impedirá por un tiempo nuevos competidores. - Seríamos los dueños del mercado.

-MATRIZ DE IMPACTO

Nuestra empresa se encuentra en el punto de que hay más puntos fuertes y oportunidades que puntos débiles y amenazas, por lo tanto nos encontramos en la mejor situación para desarrollar nuestra actividad en el mercado.

Es decir, vamos a ir a por todas, y vamos a esforzarnos en mantenernos siendo los únicos en el mercado. Además contrataremos a una empresa de marketing para suplir nuestra falta de experiencia.

LEGALIZACIÓN

FORMA JURÍDICA

Hemos decidido ser una Sociedad limitada (SL) por todos estos motivos:

- **RESPONSABILIDAD**

Los socios no responden personalmente de las deudas sociales, estando limitada su responsabilidad al capital aportado.

- **NATURALEZA**

Tiene carácter mercantil con independencia de la actividad que desarrolle.

- **CAPITAL**

El capital social mínimo es de 3.005,06 euros y debe desembolsarse íntegramente, al igual que su ampliación. Se divide en participaciones sociales que no se pueden representar por medio de títulos o anotaciones en cuentas.

- **PERSONALIDAD JURÍDICA**

La inscripción en el Registro Mercantil tiene carácter constitutivo.

- **MÍNIMO DE SOCIOS**

Se puede constituir con un único socio fundador, en cuyo caso se considera "Sociedad Unipersonal". No existe máximo de socios.

- **DOCUMENTACIÓN**

La transmisión debe constar en documento público y recogerse en el Libro registro de socios.

- **DURACIÓN DEL CARGO**

Puede ser indefinida.

- **REPARTO DE BENEFICIOS**

Antes de proceder al reparto de beneficios es requisito legal aplicar a la Reserva Legal el equivalente al 10% del beneficio, al menos hasta que dicha Reserva alcance el 20% del capital social.>

Solo se pueden repartir dividendos con cargo a beneficios si el valor del patrimonio neto contable no es, a consecuencia del reparto, inferior al capital social.

TRÁMITES REALIZADOS

Notario

- La cita con el Notario se obtiene a través una comunicación con el sistema de Agenda Online de los Notarios, se obtendrán los datos del Notario, fecha y hora de la cita, los cuales se reflejarán en el DUE, el cual será impreso y firmado por el empresario. Finalmente se imprime para el Nuevo Empresario el desglose de pagos y las cuentas a las que tiene que ingresar las cantidades reflejadas (desembolso de capital y pagos de honorarios e impuestos si los hubiere).

Reserva en el Registro Mercantil Central

- Una vez iniciado el proceso, el Sistema de Tramitación Telemática solicita la reserva de la Razón Social previamente generada, al Registro Mercantil Central (RMC). EL RMC en respuesta a la solicitud, envía a través del CIRCE el Número de Referencia y un Asiento de Presentación correspondientes a la solicitud a aportar al Notario.

Generación de Escritura

- El sistema envía los datos correspondientes del DUE firmados electrónicamente al Notario. Éste otorgará la escritura previa comprobación del desembolso del capital social por parte del/de los empresario/s y de la certificación de denominación social emitida por el RMC.

Solicitud del CIF provisional

- El notario envía a través del CIRCE la escritura a la Administración Tributaria (AT) junto con los datos pertinentes incorporados al DUE solicitando el CIF provisional. Cuando la Administración Tributaria recibe la escritura y la petición del notario, incluida en el DUE, firmadas electrónicamente, procesa la información y envía el CIF provisional al notario a través del CIRCE firmado electrónicamente.

Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos

- El emprendedor realiza la petición de aplazamiento del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD), o en su caso liquida telemática o presencialmente el Impuesto.

Solicitud de Inscripción en el Registro Mercantil Provincial

- Con el CIF asignado y el pago del ITPAJD verificado, el Notario solicita, a través del CIRCE, la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil Provincial (RMP), enviando para ello una copia de la escritura firmada electrónicamente.

Solicitud de Alta en la Seguridad Social

- La Solicitud de Alta en TGSS se realiza también a través del CIRCE desde el Notario y tiene como requisito previo disponer del CIF Provisional. Los datos correspondientes del DUE se envía a la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) para, en su caso, inscribir a la empresa y generar su Código Cuenta de Cotización (CCC), y dar de alta, y en su caso afiliar, a sus trabajadores cuyos datos han de constar en el DUE. El TGSS devuelve al CIRCE el CCC y los NAF de los trabajadores.

Generación Escritura Definitiva

- El Notario recibe la información del RMP y genera la escritura definitiva, es decir, aquella a la que se han incorporado los datos registrales.

CIF Definitivo

- Solicitud CIF definitivo.

VIABILIDAD DE NUESTRO PROYECTO

Para comprobar la viabilidad (o no) de nuestro proyecto antes de invertir más tiempo y esfuerzo en él, hemos contestado a las siguientes preguntas:

- ¿Existe un nicho de mercado?
- ¿Existe un hueco de mercado?
- ¿Que volumen potencial tiene el mercado?
- ¿Es un mercado que crece o decrece?
- ¿Cómo reaccionarán nuestros competidores?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar los consumidores potenciales?

¿Existe un nicho de mercado?

Sí, porque no existe ninguna empresa que ofrezca el mismo servicio que nosotros.

¿Existe un hueco de mercado?

Según cifras de marzo de 2009, el número de líneas de telefonía móvil para comunicación personal era de 51.467.671, frente a 46.157.822 habitantes, siendo la tasa de penetración de 111,5 líneas por cada 100 habitantes. Además de estos datos, buscando más información en otras páginas de Internet, hemos encontrado datos que dicen que la venta de teléfonos smartphones ha subido en los últimos años, por lo que nuestro proyecto probablemente también tendría un hueco en el mercado.

¿Que volumen potencial tiene el mercado?

Nuestro producto va directamente a todo tipo de público para jóvenes, media edad y tercera edad.

La venta de nuestro se incrementaría mas en la época de verano ya que en sea época es cuando mas se puede utilizar.

Nuestro producto se consumiría sobre todo en Zaragoza ya que buscaríamos un lugar céntrico de la ciudad para darnos a conocer mas fácilmente.

¿Como reaccionarían nuestros competidores?

Si nuestros competidores observaran nuestro gran éxito probablemente intentarían copiar nuestras ofertas o igualarlas, así como ofrecer servicios que nosotros ofrecemos y ellos no. Así de

esa manera intentarían superar sus servicios a los nuestros, aunque nosotros reaccionaríamos ofreciendo mejores ofertas.

¿Es un mercado que crece o decrece?

Es un mercado en el que las modas dependen mucho y la crisis económica podría afectarnos pero al ser un producto novedoso tendríamos grandes ventajas sobre las demás empresas e intentaríamos que nuestro mercado no decreciera.

¿Cómo reaccionarán nuestros competidores?

En un principio no tendríamos competencia, pero al aparecer nuestro producto nos saldrían competidores, al salirnos competidores tendríamos que estar muy pendientes de la mejora continua de nuestro producto.

¿Cuánto estarían dispuestos a pagar los consumidores potenciales?

Un ejemplo de precio de un tipo de móvil muy corriente hoy en día es:

Teléfono Móvil Libre Android (wifi +2baterías) 159,00 €

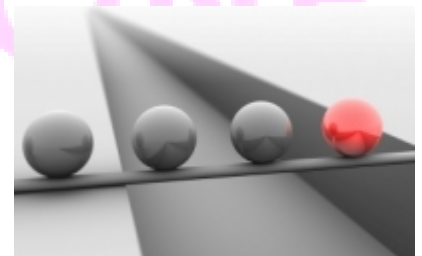
Lo que significa que nuestro móvil, al tener algo que nuestra competencia no tiene, podría costar sobre unos: 200,00 €.

ESTRATEGIA COMPETITIVA

El siguiente paso ha sido tener claro cómo vamos a luchar con nuestros competidores.

Comúnmente se distingue entre tres estrategias competitivas:

- Liderazgo en costes
- Enfoque o alta segmentación
- Diferenciación



Después de valorar cada una según la naturaleza de nuestra empresa, hemos decidido que nuestra estrategia competitiva sea la **diferenciación**.

¿Qué ventajas competitivas tiene Solarphone frente a posibles competidores?

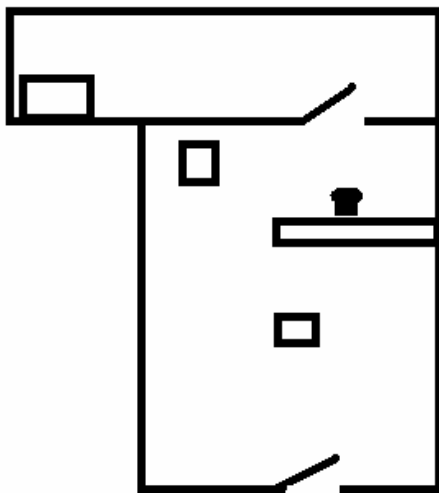
- Somos lo primeros en ofrecer este producto
- Ofrecemos un producto que tiene tanto calidad como buen precio.

Estos son los dos puntos fuertes que vamos a potenciar. Además, no nos vamos a enfocar exclusivamente en un único segmento de población, ya que asumimos que nuestros clientes serán mayoritariamente jóvenes y de mediana edad.

LOCALIZACIÓN

Vamos a tener un único local de tipo comercial, que estará situado en el barrio la Arrabal, con una superficie de 108 m²

Constará de tan solo una planta, en ella se encuentra el escaparate, ya que la fachada del local es una cristalera. Un poco más al fondo se encontrará nuestro mostrador, y detrás de él levantaremos un muro y colocaremos una puerta, tras la cual, se encontrarán nuestras mesas de trabajo y el baño.



ÁREA COMERCIAL

- COMPETIDORES

Nuestra tienda sería única en Zaragoza ya que es un producto completamente nuevo, por lo que al principio de la creación de la tienda no contaríamos con ninguna amenaza, pero pensamos que con el paso del tiempo empresas como **Nokia**, **Samsung** o **BlackBerry** podrían incluir nuestra idea de negocio a su producto.

Por eso intentaremos diferenciarnos de los demás y trabajar para que nuestra empresa sea la mejor con precios más bajos y con la diferenciación del producto.

- PRECIO

Nuestro plan de precios es lo más ajustado posible, pondremos unos precios baratos, asequibles a toda la población ya que lo que nos interesa es tener una gran parte de la población o la totalidad, y así recortar más, si cabe, los precios y de ahí ir sacando mayor beneficio. **El precio rondaría en un 10% más del precio del móvil.**

Vamos a poner unos ejemplos:

Samsung Galaxy ACE: este móvil libre cuesta 239 €. Esto significa que con placa solar, aplicando el 10% costaría 263€.

LG Optimus: Este móvil libre cuesta 299€ lo que significa que con la placa solar aumentaría a 329€

-CANALES DE DISTRIBUCIÓN

A los clientes de Solarphone les ofrecemos dos maneras de adquirir nuestro productor, la primera vía es mediante nuestro punto de venta mediando una tienda donde poder obtener nuestro producto, contrataremos una empresa de transportes por la cual seríamos mayoristas.

La segunda vía sería mediante Internet, tendríamos una página Web donde venderíamos nuestro producto al mismo precio pero se le aplicarían los gastos de envío.

-COMUNICACIÓN

Tenemos pensado realizar una fuerte campaña promocional antes de la inauguración de nuestra tienda, nuestra idea es la de repartir folletos por toda nuestra ciudad para que la gente nos conozca, además nuestra empresa saldrá en la televisión local utilizando para ello el consorcio de radio y televisión de ARAGÓN.

El coste total de la cuña de radio y del spot publicitario en antena ARAGÓN nos saldría por unos 2.000€.

Área de aprovisionamiento

Costes directos:

MATERIAL	PRECIO
Placa solar	24.00€/ Unidad
Teléfono móvil	239.00€/ Unidad
Batería eléctrica de 3.7V	5.00€/ Unidad
Mano de obra	24.00€/ Unidad

- El coste total de un móvil sería de **292.00€**

Costes indirectos:

MATERIAL	PRECIO
Mostrador	1010.00€
Caja Registradora	259.95€
Ordenador	800.00€
2 Vitrinas	80.36.00€/Unidad
3 Sillas	39.00€/Unidad
2 Mesas de trabajo	39.00€/Unidad
Coche de la empresa (2º mano)	2400€
Material de oficina	70.00€

Área de económica-financiera.

Plan de financiación e inversión:

Nuestro plan de inversiones tiene un coste total de 3.865.72€ entre mobiliario, edificios, maquinaria, gastos de construcción y primer establecimiento, aplicaciones informáticas y otros gastos.

El balance del primer año: Total: 16265.72€

El balance del segundo año: Total: 17865.72€

El balance del tercer año: Total: 20165.72€

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A TRES AÑOS

AÑO 1

Resultado del ejercicio **164749.28€**

AÑO 2

Resultado del ejercicio **102766.496€**

AÑO 3

Resultado del ejercicio **110186.496€**

VIABILIDAD DEL PROYECTO

VIABILIDAD FINANCIERA

$VAN = -21.262,56 \text{ €} + 164749.28 \text{ €} / 1.05 + 102766.496 \text{ €} / 1.10 + 110186.496 / 1.15 = 324879.9478$

Como el resultado es positivo quiere decir que la inversión inicial la recuperamos en tres años por lo tanto la empresa es rentable.

VIABILIDAD ECONÓMICA

$PM = 43200 / (292.00 \text{ €} - 83 \text{ €}) = 206.6$ móviles tendríamos que vender para no tener pérdidas.

VIABILIDAD TECNOLÓGICA

Este apartado es **especialmente importante** en SOLARPHONE dada la complejidad tecnológica de nuestro proyecto. La mayor parte de la tecnología para SOLARPHONE no la vamos a desarrollar nosotros, sino que vamos a **combinar tecnologías ya existentes**. Para asegurar la viabilidad tecnológica de SOLARPHONE es importante comprender detalladamente el **funcionamiento** del local, ya que no es similar a nada conocido.

Nuestro teléfono solar consiste en la unión de dos **elementos**:

-El móvil

-La placa solar

El **proceso de la creación de nuestro móvil solar** sería el siguiente:

1. El cliente nos dice que móvil quiere comprar
2. Nosotros le ponemos la placa solar a este móvil para que se cargue de esta manera y no a la corriente
3. El cliente vendrá a recoger su producto ya finalizado.

SOLARPHONE
