

# Colchones Termo - Relax

## La innovación en tu descanso



*Nuestra empresa consiste en elaborar colchones cuyo interior contenga un sistema térmico que se adapte a la temperatura corporal de las personas, proporcionándoles frío o calor según el gusto del consumidor. De esta manera elaboramos una nueva forma de descanso más placentero y eficiente.*

Síguenos en nuestro Twitter: **@TermoRelax**

Video presentación de la idea: [http://www.youtube.com/watch?v=prq3kFDn\\_40](http://www.youtube.com/watch?v=prq3kFDn_40)

### **Promotores:**

Claudia Barreras Arróspide  
Andrea Gracia García  
Laura Sebastián Zalaya

© [www.crearempresas.com](http://www.crearempresas.com)

# Índice

- ◆ Introducción
- ◆ Definición de la estrategia competitiva
- ◆ Promotores
- ◆ Nombre y logotipo
- ◆ Análisis del entorno
- ◆ Viabilidad del proyecto
- ◆ Legalización
- ◆ Análisis de mercado
- ◆ Localización
- ◆ Organización y recursos humanos
- ◆ Área comercial
- ◆ Aprovisionamiento y producción
- ◆ Área económica-financiera
- ◆ Viabilidad del negocio
- ◆ Conclusiones

## Introducción

Esta idea de proyecto ha surgido a través de la asignatura de Fundamentos de Administración y Gestión de Empresas dirigida por el profesor Tomás Guajardo.

Al principio barajamos diferentes ideas a desarrollar, algunas de ellas relacionadas con la mejora de la calidad de vida de los discapacitados. Como la creación de una rampa portable, que les facilitara el desplazamiento en su vida cotidiana.

Por otro lado la creación de oficinas de empleo para los discapacitados físicos y psíquicos. Otra idea era la formación para personas paradas.

La última idea descartada consistía en la creación de un huerto ecológico, donde prodriamos elaborar productos especializados como por ejemplo alimentos para personas celiacas, vegetarianas...

Finalmente la idea elegida fue la producción y venta de colchones térmicos. Como hemos explicado anteriormente consiste en un sistema térmico, nos decantamos por esta opción porque fue la que más nos convenció ya que era una innovación en el mercado.

## Definición de la estrategia competitiva

Podemos identificar tres estrategias competitivas:

- **Liderazgo en costes:** basada en la persecución permanente de la reducción de costes en la empresa. Se intenta vender más que los competidores y conseguir una buena posición competitiva.

- **Diferenciación:** la empresa intenta conseguir alguna diferencia en cualquier aspecto importante del bien o servicio valorado por el comprador, lo que permite elevar el precio y el margen de beneficio. La diferenciación conseguirá una mayor fidelización de los clientes, dispuestos a pagar más por un producto o servicio que no considerarán sustituible por el de la competencia.

- **Segmentación, enfoque o concentración:** el uso de cualquiera de las anteriores estrategias en un ámbito de mercado más reducido. Una empresa utiliza la estrategia de concentración si existen segmentos no servidos por la competencia. La empresa se especializa en uno de estos. Por el contrario una empresa también puede optar por dirigirse a un mercado objetivo lo más amplio posible.

En el caso actual de nuestra empresa, la mejor estrategia competitiva es sin duda la **diferenciación del producto** ya que no existen empresas similares y nuestro servicio es único entre todos los existentes en el área de ocio y entretenimiento.

Nuestros precios están equilibrados con el grado de calidad del servicio que ofrecemos, pero si en un futuro próximo aparecen nuevos competidores con los mismos servicios tomaríamos una estrategia de liderazgo general en costes, estudiando los precios de esas empresas y bajando los nuestros mínimamente si fuera necesario, pero la calidad siempre va unida con el precio y no podríamos bajarlos demasiado.

## Promotores



### **Claudia Barreras Arróspide:**



**Fecha y lugar de nacimiento:** 5 de Octubre de 1994, Zaragoza.  
**Dirección:** C/ Alarife Marien de Marguan 18  
**Código postal y Población:** 50.007 Zaragoza  
**Teléfono de contacto:** 669099175  
**Curso:** 2º Bachillerato  
**e- Mail:** claudy\_zgz\_love@hotmail.com



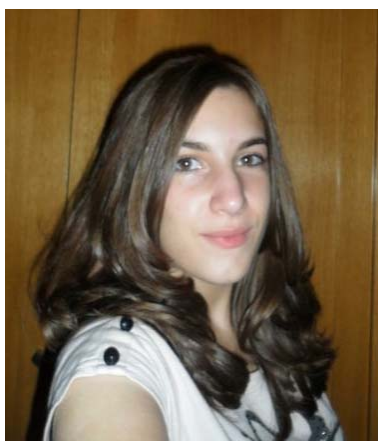
### **Andrea Gracia García:**



**Fecha y lugar de nacimiento:** 9 de Septiembre de 1993, Zaragoza.  
**Dirección:** C/ Melilla 28  
**Código postal y Población:** 50.007 Zaragoza  
**Teléfono de contacto:** 618145699  
**Curso:** 2º Bachillerato  
**e- Mail:** andrexis@hotmail.com



### **Laura Sebastián Zalaya:**



**Fecha de nacimiento y lugar de nacimiento:** 18 de Noviembre de 1994, Zaragoza.  
**Dirección:** Camino Miraflores 18  
**Código postal y Población:** 50.007 Zaragoza  
**Teléfono de contacto:** 608166293  
**Curso:** 2º Bachillerato  
**e- Mail:** laura94sz@hotmail.com

## Nombre de la empresa y logo

El nombre de nuestra empresa es Colchones Termo-Relax. Para llegar hasta este nombre pensamos en muchos otros, como por ejemplo: Colchones Turbo-Relax, El sueño eterno, Dulces sueños, Sweet dreams...

Buscábamos que el nombre reflejara la temática del proyecto y al final nos decidimos por Colchones Termo- Relax porque era el que mas nos encajaba en las características.

El primero que descartamos fue: el sueño eterno porque lo interpretábamos con temas fúnebres y no queríamos que se mal interpretara.

El siguiente que descartamos fue Dulces sueños porque nos pareció poco original y con temática infantil.

Lo cambiamos de idioma para ver si sonaba mejor, pero no nos satisfizo por lo tanto descartamos Sweet dreams.

Pensando en el sistema que le queremos incorporar a nuestros colchones y se nos ocurrió el nombre de: Colchones Turbo-Relax, estaba decidido hasta que hablamos y decidimos el nombre elegido que es: **Colchones Termo-Relax**.

La decisión de cambiar turbo por termo es que la palabra termo representa mejor las características de nuestro proyecto.

Como con el nombre no se especificaba la función del proyecto decidimos incorporar un eslogan que es: La innovación en tu descanso.

Más tarde nos pusimos con el diseño del nombre y del eslogan. Probamos con diferentes colores y fuentes y el resultado final fue este:



Hasta llegar al logotipo seguimos los siguientes pasos:

<b>1º)</b> Buscamos una imagen relacionada con el descanso.	<b>2º)</b> Le cambiamos el color a blanco y negro con el programa Photoscape.	<b>3º)</b> Incorporamos el nombre de nuestra empresa.
		

## Análisis del entorno

Para ver la situación que rodeará a nuestra empresa cuando nazca, hemos analizado el entorno, dividido en **general**, que afecta a todas las empresas, y **específico**, centrado en nuestro sector.

En el apartado de entorno general hemos explicado los diferentes factores que afectan a nuestra empresa:

**Factores Político-Legales**

**Factores sociales y Demográficos**

**Factores Tecnológicos**

**Factores económicos**

Por otro lado dentro del entorno específico hemos elaborado el análisis Porter y el DAFO.

Hemos analizado las cinco fuerzas competitivas básicas de **Porter** y hemos llegado a la conclusión de que tenemos un alto grado competitivo pero que nosotros somos innovadores en el mercado y por lo tanto somos una amenaza de entrada para las otras empresas competidoras.

A continuación mostramos el análisis **DAFO** de nuestra empresa:

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Gran inversión inicial</b></li><li>• <b>Falta de experiencia</b></li><li>• <b>Nuevas en el sector de comercio</b></li><li>• <b>Sistema tecnológico complejo</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Grandes marcas multinacionales compitiendo con nuestra empresa</b></li><li>• <b>No hay necesidad prioritaria de comprar nuestro servicio.</b></li><li>• <b>Crisis económica. La gente no gasta tanto en bienes secundarios.</b></li><li>• <b>Riesgo de copia.</b></li></ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Somos jóvenes emprendedores.</b></li><li>• <b>Las nuevas tecnologías suelen gustar.</b></li><li>• <b>Diferenciación: nuestro servicio no es ofrecido por otra empresa.</b></li><li>• <b>Barreras de entrada: impedirá por un tiempo nuevos competidores.</b></li><li>• <b>Optamos a diversas subvenciones y préstamos</b></li><li>• <b>Adaptamos nuestro producto al gusto de cada consumidor</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Previsiones de recuperación económica.</b></li><li>• <b>Crecimiento de la población de la ciudad de Zaragoza.</b></li><li>• <b>Empresa única</b></li><li>• <b>Venta de nuestro producto a hoteles, hospitales, residencia de ancianos, spas...</b></li><li>• <b>Gran propaganda de nuestro servicio al ser utilizado en tantos sectores.</b></li><li>• <b>Tendencia de los clientes a seleccionar servicios específicos.</b></li></ul>

- Matriz de impactos:

	Puntos fuertes	Puntos débiles
Oportunidades	<p>Situaciones positivas</p> <p>Estrategias ofensivas</p>	<p>Situaciones inciertas</p> <p>Estrategias de supervivencia</p>
Amenazas	<p>Situaciones inciertas</p> <p>Estrategias defensivas</p>	<p>Situaciones negativas</p> <p>Estrategias de reorientación</p>

Nuestra empresa se encuentra en la celda de: **situaciones inciertas y en estrategias defensivas.**

## Viabilidad del proyecto:

Hemos respondido a las siguientes preguntas:

- ¿Existe un nicho de mercado?
- ¿Existe un hueco de mercado?
- ¿Qué volumen potencial tiene el mercado?
- ¿Cómo reaccionarán nuestros competidores?
- ¿Es un mercado que crece o decrece?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio lo clientes potenciales?

Como conclusión a destacar decimos que estamos en un mercado en proceso de desarrollo ya que cada vez es mayor la importancia de lograr un Estado de bienestar. Por otra parte nuestro producto es totalmente utilizable por cualquier usuario, independientemente de su sexo, edad. Aunque creemos que personas o familias con una renta para consumir baja se decantarán por colchones normales.



## **Legalización:**

Para poner en marcha nuestra empresa Termo-Relax hemos escogido una forma jurídica adecuada a nuestras necesidades, hemos realizado los trámites básicos y hemos redactado unos estatutos, conforme con la ley vigente.

Después de haber realizado un análisis de los factores que pueden influir en nuestra forma jurídica hemos llegado a la conclusión de formar una Sociedad Limitada Nueva Empresa ya que es la que más se adapta a nuestras características.

Nos hemos dado de alta en el registro mercantil y hemos hecho los siguientes trámites en hacienda, en el ayuntamiento y en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Por otra parte tendríamos la posibilidad de recibir subvenciones por parte del Estado ya que nuestra empresa está dentro del campo de Ciencia e Innovación. Pero éstas no nos serán concedidas ya que nuestra empresa no es una sociedad laboral ni una cooperativa.

## **Análisis de mercado:**

Competidores: Hay muchas empresas que ofrecen colchones pero ninguna con nuestro sistema. Aunque pueden incidir en nuestra actividad ya que los colchones normales son más baratos y en tiempo de crisis están más al alcance de las personas.

Encuesta: El resultado obtenido de la encuesta realizada es que si que comprarían nuestro producto porque lo ven una idea innovadora. Ven útil nuestro sistema térmico incorporado a los colchones porque produce un descanso más placentero. Estarían dispuestos a pagar entre 1.000 € y 1.500 €. Los consumidores a la hora de comprar un colchón se fijan en que tengan larga duración y en su comodidad. La mayoría de las personas si que ven futuro a nuestra empresa.

Segmentación: Los productos están pensados para todo tipo de personas pero principalmente por su precio están dirigidos a las personas con mayor poder adquisitivo. Los primeros meses de ventas hemos pensado regalar con cada compra de un colchón una almohada para que nuestros productos se den a conocer.

## **Localización:**

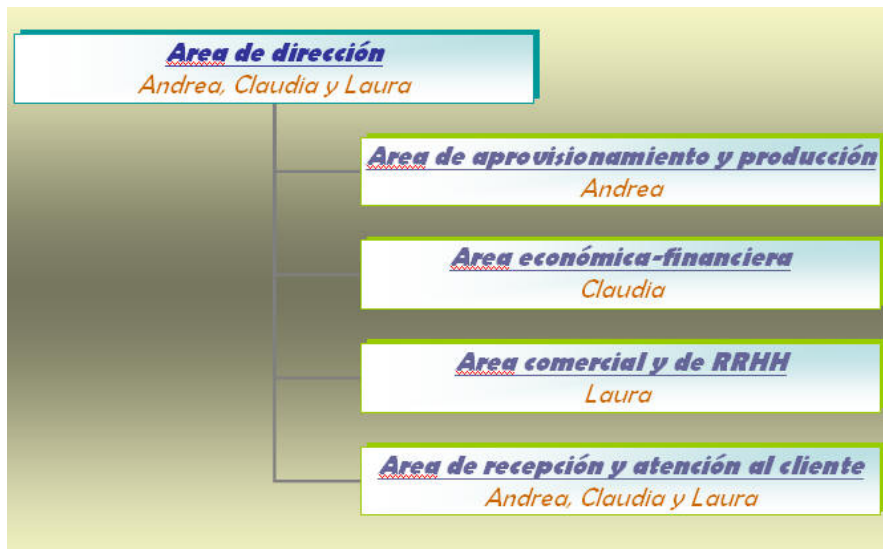
El terreno que hemos encontrado se encuentra en Puerto Venecia ya que esta alrededor de una gran zona comercial, por tanto la gente que vaya de pasada a otras superficies verán nuestra empresa por lo que es un gran punto a nuestro favor.

Pronto se abrirán nuevas tiendas en Puerto Venecia por lo que éste se convertirá en una zona muy comercial y novedosa.





## **Organización y recursos humanos:**



## **Área comercial:**

Análisis de mercado: hay muchas empresas que ofrecen colchones pero ninguna con nuestro sistema. Aunque pueden incidir en nuestra actividad ya que los colchones normales son más baratos y en tiempo de crisis están más al alcance de las personas. Las personas que se podrán permitir nuestro producto tendrán un alto poder adquisitivo aunque también se lo podrán permitir personas con un nivel económico medio ya que tendremos productos que se adapten a las posibilidades de casa uno.

Nuestra empresa va a comenzar siendo de ámbito local con una tienda en Zaragoza aunque nuestras expectativas de futuro son de llevar nuestra empresa a un ámbito regional y posteriormente nacional.

Los primeros meses de ventas hemos pensado regalar con cada compra de un colchón una almohada para que nuestros productos se den a conocer.

## Plan de marketing:

1- Es el tejido Damasco, de gran calidad, cuyos proveedores se encuentran en Cataluña y en Reino Unido.

2- Amortiguadores. Fabricados con fibra de coco, látex o tejidos reciclados. Cuyos proveedores se encuentran en Zeiland y Srylanka.

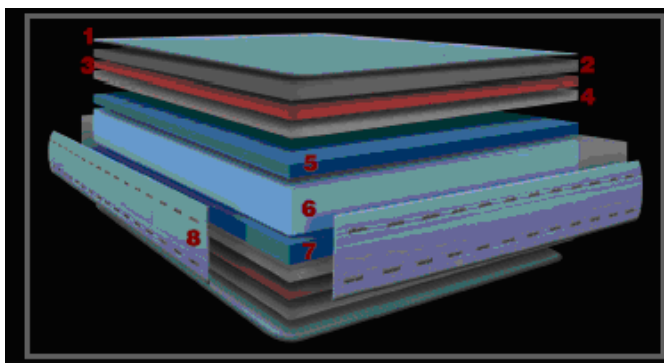
3 y 4- Soporte de los amortiguadores.

5- Tejido de guata, conductor de la temperatura.

6- Placa de aire ionizado

7- Bloque de soporte

8- Tapizado



Nuestro mayor elemento diferenciador es nuestro sistema regulador de la temperatura. Causamos gran competencia porque ninguna otra empresa vendedora de colchones lo tiene y además nuestros precios son asequibles en comparación con otros colchones que no poseen esta innovación única. Al ser nuevos sacaremos una promoción de lanzamiento que consistirá en por la compra de un colchón regalaremos edredones o almohadas, el cliente elegirá que prefiere.

Un inconveniente es el precio de nuestro producto ya que es mas elevado que los colchones que no tienen esta característica.

## Aprovisionamiento y producción:

Nuestros colchones están formados por una tabla de madera que sirven de soporte para el colchón. Los proveedores de esta madera se encuentran en un pequeño pueblo al norte de Aragón. La espuma visco escolástica la obtenemos de un pueblo de Huesca. Los amortiguadores, hechos con fibra de coco, los recibimos de la isla de Srylanka en Zeiland, que son los mayores proveedores de este material. Otra opción es utilizar para los amortiguadores fibra de látex que proviene de Marseilla (Francia) y el tejido reciclado lo obtenemos de un pueblo al este de Navarra.

Por último el material que recubre el colchón es el tejido Damasco cuyos principales proveedores están en Cataluña y Reino Unido.

## Área económica-financiera

Inversión y financiación: Plan de inversiones: Nuestras herramientas de trabajo serán ordenadores desde los cuales promocionaremos nuestros productos y haremos las compras de los componentes del colchón y las ventas del producto final.

Los utensilios que estarán en nuestra local son los siguientes: Mesas, sillas, estanterías donde ubicaremos las almohadas y edredones. Otros elementos para nuestro local son la caja registradora, un climatizador y un sofá de espera. En la parte del baño necesitaremos un espejo, un inodoro, y un lavabo.

Al inicio de nuestro proyecto tendremos un camión como medio de transporte, para los pedidos. con forme vaya creciendo la empresa se introducirán nuevos medios de transporte. El total del plan de inversión 25.600€ y el total del plan de financiación 99.000€

Tesorería: En el primer trimestre el total de cobros es 261.400€, en el segundo trimestre es 225.400€ y en tercer trimestre es 255.400€.

En el primer trimestre el total de pagos es 131.390€, en segundo trimestre es 87.580€ y en tercer trimestre es 189.160€.

Cuenta de resultados: El BAI en el primer año da 152.800€, en el segundo año da 178.650€ y en el tercer año da 205.205€.

El resultado después de impuestos en el primer año da 115.300€, en el segundo año da 91.000€ y en el tercero 160.205€.

Evolución del balance: El total del balance en el primer año comenzó dando 173.000€, en el segundo año subió a 175.000€ y en el tercer año terminó en 180.000€.

## Viabilidad del negocio

Viabilidad económica: El estudio de la viabilidad económica es la condición que evalúa la conveniencia de un sistema, proyecto o idea al que califica, atendiendo a la relación que existe entre los recursos empleados para obtenerlo y aquellos de los que se dispone.

**PUNTO MUERTO =  $CF/(PV - CV)$**

Esta ecuación la sacaremos a partir de los costes fijos (CF), precio de venta (PV), y los costes variables (CV).

$$PM = 22.500 / (1.800 - 42.500) = - 2.000$$

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.

$$\begin{aligned} \text{V.A.N} &= -60000 + 125000 / (1+0.03) + 130000 / (1+0.03)^2 + 150000 / (1+0.03)^3 = \\ &= -60.000 + 121.359,2 + 122.537,4 + 137.271,2 = 321167,8 \end{aligned}$$

**VAN > 0** Por lo tanto esto nos indica que realizar la inversión es un proyecto viable.

**Viabilidad tecnológica:** La tecnología que incorporamos en el interior de nuestro producto son placas cuyo su objetivo consiste en la graduación de la temperatura de los colchones explicada anteriormente.

**Viabilidad comercial:** Colchones Termo - Relax es una empresa que tiene posibilidades de salir adelante y obtener beneficio ya que nuestro producto es una innovación en el mercado y no hay ninguna otra empresa que lo produzca, es un producto exclusivo y novedoso. Nuestra empresa la situamos en Puerto Venecia porque es un lugar que en un futuro próximo va a tener una amplia extensión. El personal que contrataremos deberá de ser el más adecuado para fomentar el progreso de la tienda. Por último nos ayudará a la venta de nuestros productos las promociones que haremos al comienzo para aumentar nuestras ventas y dar a conocer nuestro servicio.

**Viabilidad medioambiental:** En este sentido la empresa esta muy concienciada respecto a la contaminación y a conservar el medio ambiente, por supuesto nuestra empresa esta hermana con la asociación medioambiental Greenpeace ya que con cada árbol que se tala para nuestro uso plantamos dos árboles en la dehesa del Moncayo.

Nuestra empresa utiliza materiales naturales abundantes en la naturaleza como la fibra de coco, algodón y la madera para los soportes de los colchones. Esto último es lo que mas nos preocupa debido a que la madera se consiga mediante la tala de árboles por lo que pediremos a nuestros clientes que reciclen estos materiales cuando ya no les sea de utilidad.

De todos modos, vamos a seguir políticas respetuosas con el medio ambiente, como reciclar todo el material de oficina que sea posible, realizar la limpieza de la sala con productos no dañinos, etc. Se puede concluir, pues, que **Termo - Relax es viable medioambientalmente.**

**Viabilidad jurídico-legal:** Termo - Relax 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

## **Conclusiones**

En resumen, ha sido un trabajo provechoso y muy productivo para nosotras. Empezamos con temores porque no sabíamos si iba a salir bien este proyecto ya que era la primera vez que hacíamos algo así. Enseguida lo pusimos en marcha y ha salido muy bien.

Las componentes del grupo nos llevamos de maravilla y nos hemos apoyado mutuamente. Después de hacer un estudio completo hemos deducido que nuestro proyecto tiene salida y puede darnos muchos ingresos.