

# TuRegalo



Estefanía Jiménez Vela

Alicia Langarica Corres

# ÍNDICE

- Introducción.....	2
- Promotores.....	2
- Ideas.....	2-5
- Nombre y logotipo.....	5
- Legalización.....	6
- Entorno.....	6-7
- Estrategia competitiva.....	8
- Viabilidad del proyecto.....	8
- Localización.....	9
- Twitter.....	9
- Área de Recursos Humanos.....	10-11
- Área Comercial.....	12

# INTRODUCCIÓN

Nuestro proyecto se llama TuRegalo. Somos una empresa que ofrece una aplicación, que mediante la realización de una serie de preguntas te indica cual es o son regalos perfectos para la persona que estás buscando. Somos los intermediarios entre los clientes y las empresas que ofrecen los productos o servicios.

## PROMOTORES

En este apartado, encontramos los currículos de los promotores, su experiencia laboral.

Hemos realizado un Cuestionario Individual en el que respondemos a una serie de preguntas referentes a como ha surgido la creación de la empresa, cual es el principal objetivo que pretendemos, etc. También hemos realizado un Cuestionario Grupal en referencia a la que relación laboral y no laboral nos une.

## IDEAS

Al comienzo tuvimos varias ideas pero al final las descartamos todas y elegimos la **Aplicación para saber el regalo perfecto**: que mediante unas preguntas te ayudara a escoger el mejor regalo.



Algunas de las ideas que descartamos fueron:

1. **Bar-Guardería:** un bar que posee un área de guardería donde pueden ir los padres con hijos pequeño.



2. **Revista “Low Cost”:** una revista a bajo precio en la que la gente que está buscando trabajo pudiera anunciarlo y, o alguna empresa que ofreciera un puesto de trabajo.



3. **Comida ecológica a menor coste:** queríamos reducir de alguna manera el coste tan elevado de los productos ecológicos.



4. **Transporte con ruedas para animales:** tuvimos la idea de ponerle ruedas para que fuera mas cómodo el transporte de los animales.



## **NOMBRE Y LOGOTIPO**

Para encontrar el nombre de nuestra empresa nos costo un poco porque primero elegimos este nombre: “Perfect Present” pero finalmente elegimos “TuRegalo”.

El logotipo fue fácil diseñarlo porque teníamos la idea muy clara, diseñamos y elegimos este:





# LEGALIZACIÓN

Para poner en marcha **TuRegalo** era necesario escoger una forma jurídica adecuada, realizar unos trámites y redactar unos estatutos, conforme con la ley vigente.

La **forma jurídica** que escogimos como mejor opción para nuestra empresa, por sus características, fue la Sociedad Limitada S.L.

La **legislación** es la correcta según la forma jurídica elegida y se basa en una serie de reales decretos y leyes.

Buscamos los **tramites** que eran necesarios para realizar para llevar nuestra empresa a cabo. También buscamos los estatutos necesarios, la constitución y las subvenciones que nos ofrecen.

## ENTORNO

### Entorno General:

En el Entorno General influyen 4 factores:

1. **Factores Político-legales:** La situación económica del país y la inestabilidad política tendrá múltiples consecuencias en el entorno general de la empresa.
2. **Factores sociales y demográficos:** La sociedad española es una sociedad occidental, con todo lo que ello conlleva.
3. **Factores tecnológicos:** El avance de los sistemas informáticos ha supuesto una revolución en la forma en que las empresas operan.
4. **Factores económicos:**
  - Política fiscal
  - Política monetaria
  - Inflación
  - Tipo de cambio
  - Ciclo económico

## Entorno Específico:

- ANÁLISIS DAFO

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Inexpertos en el mundo empresarial.</li><li>- Al ser un proyecto innovador, no sabemos la demanda que obtendrá.</li><li>- Poca popularidad al comienzo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Existe la posibilidad de que puedan plagiar la idea.</li><li>- Crisis económica.</li></ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Proyecto innovador.</li><li>- Emprendedores jóvenes.</li><li>- Ofrecemos un servicio de calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Podemos ser pioneros en este sector.</li><li>- Producto disponible para todo el mundo, sin restricciones.</li><li>- No requiere una gran inversión.</li></ul>



# **ESTRATEGIA COMPETITIVA**

La estrategia competitiva son las decisiones tomadas por la empresa para competir con las demás. Las estrategias más habituales son:

- **Estrategia de liderazgo en costes**
- **Estrategia de diferenciación**
- **Estrategia de concentración o de enfoque**

En el caso de nuestro proyecto, la estrategia elegida es la de **diferenciación del producto.**

# **VIABILIDAD DEL PRODUCTO**

Hemos realizado un estudio sobre el atractivo del producto y el mercado, a esto se le llama viabilidad del proyecto:

- Puede haber nicho de mercado ya que los servicios que ofrece nuestra empresa sí que los hacen otras (empresas que envían los regalos a domicilio) pero por separado y no en conjunto como nosotras.
- Existe hueco de mercado porque no hay muchas empresas que ofrezcan estos servicios respecto a regalos, y menos de forma local (Zaragoza).
- Nuestros clientes pueden ser personas de todas las edades, de ambos sexos, independiente del nivel económico que tengan.
- Nuestros competidores intentaran copiarnos la idea con los diversos servicios que ofrecemos sobre la elección y compra de regalos.
- El mercado de los regalos es un mercado que se mantiene durante todo el año con crecidas en fechas o días más señalados en las que hay compra masiva de éstos y, por lo tanto, el reclamo de empresas como la nuestra también es mayor.
- Nosotras elaboremos unas ofertas atractivas y beneficiosas con el fin de captar la atención de los clientes.

# **LOCALIZACIÓN**

Estuvimos buscando un local que se adaptara a nuestras expectativas y al final elegimos el que creíamos más adecuado:

## **LOCALIZACIÓN EXTERNA**

Nuestro local está situado en:

- Calle Santa Joaquina de Vedruna, 29
- Paseo de la Constitución - Las Damas (distrito centro)
- 50008, Zaragoza

## **LOCALIZACIÓN INTERNA**

Características generales:

- 155 m<sup>2</sup> construidos, 150 m<sup>2</sup> útiles
- 2 plantas
- Segunda mano/para reformar
- Distribución 1-2 estancias
- 1 aseos o baños
- Situado a pie de calle
- 2 escaparates
- Última actividad: servicio técnico oficial sanyo
- 800 €/mes
- 155 m<sup>2</sup> (5,16 eur/m<sup>2</sup>)

# **TWITTER**

El twitter de nuestra empresa es: <https://twitter.com/TuRegalo1>

# ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

## Organigrama de la empresa:



## CONTRATACIÓN Y VARIOS:

### EMPLEADOS

- **CONTRATACIÓN:**

Las dos promotoras tendremos un contrato indefinido a tiempo completo. Y si posteriormente la empresa crece y requiriera personal se contrataría a personal con un contrato temporal a tiempo completo con posibilidad de adquirir un contrato fijo.

- **FORMACIÓN:**

Se requiere personal inicialmente con cierta experiencia de con ordenadores y atención al cliente.

- **SELECCIÓN:**

Realizaremos entrevistas en las que puedan ver las capacidades de los diferentes candidatos al trabajo. En ellas se expondrá a los candidatos cual sería su función.

## **HORARIO Y RETRIBUCIÓN:**

Los trabajadores tendrán una jornada laboral completa, es decir de 8 horas. El horario laboral será de lunes a viernes de 8:00 a 14:00, se para comer, y de 15:00 a 17:00.

## **ASESORES EXTERNOS:**

Contactamos con las empresas que venden los regalos para ponernos de acuerdo en como nos organizamos.

## **SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO:**

No haría falta ningún tipo de seguridad especial para realizar la actividad prevista. Prevemos contratar un seguro a todo riesgo. Nosotras mismas nos ocuparíamos de la limpieza para minimizar gastos.

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LA EMPRESA:**

Algunos de nuestros objetivos son: servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas, procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable, marketing y construcción de la reputación corporativa, etc.

## **EL BALANCE SOCIAL DE LA EMPRESA:**

Documento en el que se recogen los principales datos y cifras en los que se resume el quehacer social de la empresa.

Los objetivos del balance social son:

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su Responsabilidad Social, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales para mejora de las condiciones de trabajo.
- Como herramienta de gestión empresarial el Balance Social le permite a la gerencia la planificación de acciones tendentes a aumentar la competitividad y la eficiencia de sus trabajadores.
- Disponer de la información que se refiere a los recursos humanos de la empresa y a los grupos de interés "stakeholders" con las cuales tiene relación, para poder informar adecuadamente a los mismos, incluida la opinión pública, acerca de su empeño social como empresa.

# ÁREA COMERCIAL

## ANÁLISIS DE MERCADO:

1. **Competidores:** existen algunas empresas como; mybestpresen.es que ofrece regalos personalizados entre otros, o regalosoriginales.com que ofrece regalos originales que no puedes o sueles encontrar en tiendas. Estas empresas están repartidas por España y distribuyen sus servicios por toda ella.
2. **Clientes:** El área geográfica que pretendemos cubrir es, por el momento y hasta que no pase algo más de tiempo desde el inicio de nuestra empresa, en la ciudad de Zaragoza, ya que tenemos en esta zona nuestro local. Nuestros futuros clientes son los consumidores que buscan un regalo y que necesitan ayuda para encontrar el adecuado, bien sea porque no saben que buscar o bien porque no tienen mucho tiempo.
3. **Segmentación:** En nuestro caso no es necesaria una segmentación de mercado porque nuestro servicio es para clientes de todo tipo: todas la edades, géneros...

## PLAN DE MARKETING:

Nuestra empresa ofrece una aplicación que mediante una serie de preguntas te ayuda a encontrar el regalo perfecto para la persona que buscas.

La necesidad que nuestra empresa cubre es la de encontrar el regalo perfecto para quien lo buscas de una manera rápida y sencilla.

Para dar a conocer nuestra empresa, TuRegalo, vamos a utilizar varios tipos distintos de publicidad. Vamos a utilizar anuncios que aparezcan en páginas de Internet para que si las visitas te fijes. También usaremos anuncios por la radio.

# **ÁREA DE APROVISIONAMIENTO Y PRODUCCIÓN**

## **PROVEEDORES**

**1.- ¿Conocéis quiénes son los principales proveedores de materias primas y de suministros necesarios para vuestra futura empresa? En caso afirmativo realizad una lista de los más importantes y sus características.**

Nuestra empresa se encarga del asesoramiento, encargo y envío de los regalos, no de su producción ni fabricación, ya que uno de los aspectos esenciales de nuestra empresa es el contactar con empresas de regalos (Juguettos, IF, diferentes tiendas de ropa,...) según los gustos y la elección del cliente para adquirir a la empresa adecuada el regalo que busca el comprador. Por lo tanto, no necesitamos proveedores de materias primas mas que las empresas de productos terminados (regalos) con las que contactamos para la compra de éstos.

## **ÁREA ECONÓMICO-FINANCIERA**

### **- PLAN DE INVERSIONES**

Nuestra previsión inicial de los materiales que vamos a utilizar son:

- Maquinaria
- Herramientas
- Vehículos
- Capital humano

Dependiendo de la demanda, aumentaremos o disminuirémos, la cantidad de materiales utilizados.

## **AÑO 1**

### **RATIOS FINANCIEROS**

RATIO DE TESORERÍA: Liquidez correcta

RATIO DE TESORERÍA INMEDIATA: Tesorería correcta

RATIO DE LIQUIDEZ: Liquidez correcto

RATIO DE GARANTÍA: Buena garantía a los acreedores

RATIO DE ENDEUDAMIENTO: Poco endeudado

## **AÑO 2**

### **RATIOS FINANCIEROS**

RATIO DE TESORERÍA: Liquidez correcta

RATIO DE TESORERÍA INMEDIATA: Tesorería correcta

RATIO DE LIQUIDEZ: Liquidez correcto

RATIO DE GARANTÍA: Buena garantía a los acreedores

RATIO DE ENDEUDAMIENTO: Poco endeudado

## **AÑO 3**

### **RATIOS FINANCIEROS**

RATIO DE TESORERÍA: Liquidez correcta

RATIO DE TESORERÍA INMEDIATA: Tesorería correcta

RATIO DE LIQUIDEZ: Liquidez correcto

RATIO DE GARANTÍA: Buena garantía a los acreedores

RATIO DE ENDEUDAMIENTO: Poco endeudado



# VIABILIDAD DEL NEGOCIO

## VIABILIDAD FINANCIERA

Es la capacidad de una Empresa de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo.

### **VAN (CRITERIO DEL VALOR ACTUAL NETO)**

Este método es un clásico de la valoración de inversiones en activos fijos, proporcionando una valoración financiera en el momento actual de los flujos de caja netos proporcionados por la inversión.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1) \cdot (1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1) \cdot \dots \cdot (1+k_n)}$$

$$VAN: -13000 + (9716.7/1.02) + (9791.7/1.02^2) + (13791.7/1.02^3) = -13000 + (9526.17 + 9411.47 + 12996.22) = 18933.86$$

## 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.

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

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

$$PM: 13 / (15 - 14) = 13$$