

PLAN DE EMPRESA CUSTOMIDI



Alexandru Dascalete
Adrián Núñez

IES Vila-roja

ÍNDICE

1. Descripción del negocio.
2. Análisis del Mercado y de la Empresa.
3. Diagnóstico de la situación.
4. Planteamiento Estratégico.
5. Plan Operativo de Marketing y ventas.
6. Plan de Operaciones.
7. Recursos Humanos. Temas Societarios.
8. Plan Económico Financiero.
9. Conclusiones finales.

1. Descripción del negocio.

La idea de este proyecto empresarial es simple: dar soporte a aquellos artistas que requieran de equipamientos personalizados para realizar sus eventos en vivo o incluso para trabajar en estudios, sobre todo en estos tiempos en los que la excesiva violencia en las campañas de marketing de las grandes empresas y la gran masificación de la producción están a la orden del día. Es por ello que buscamos sustentarnos en un modelo de negocio cercano, personalizado y sobretodo honrado ya que buscamos contentar a todos y cada uno de los clientes dando lo mejor de nosotros, creando y diseñando herramientas de trabajo que cumplan perfectamente con sus expectativas personales. Para ello contamos con la extensa capacidad organizativa de Alexandru Dascalete y también con la gran capacidad de asunción de responsabilidad y el conocimiento del entorno de Adrián Núñez, debido a su carrera como productor musical, lo que da como resultado que la compenetración laboral entre ambos sea excelente.

A) La idea

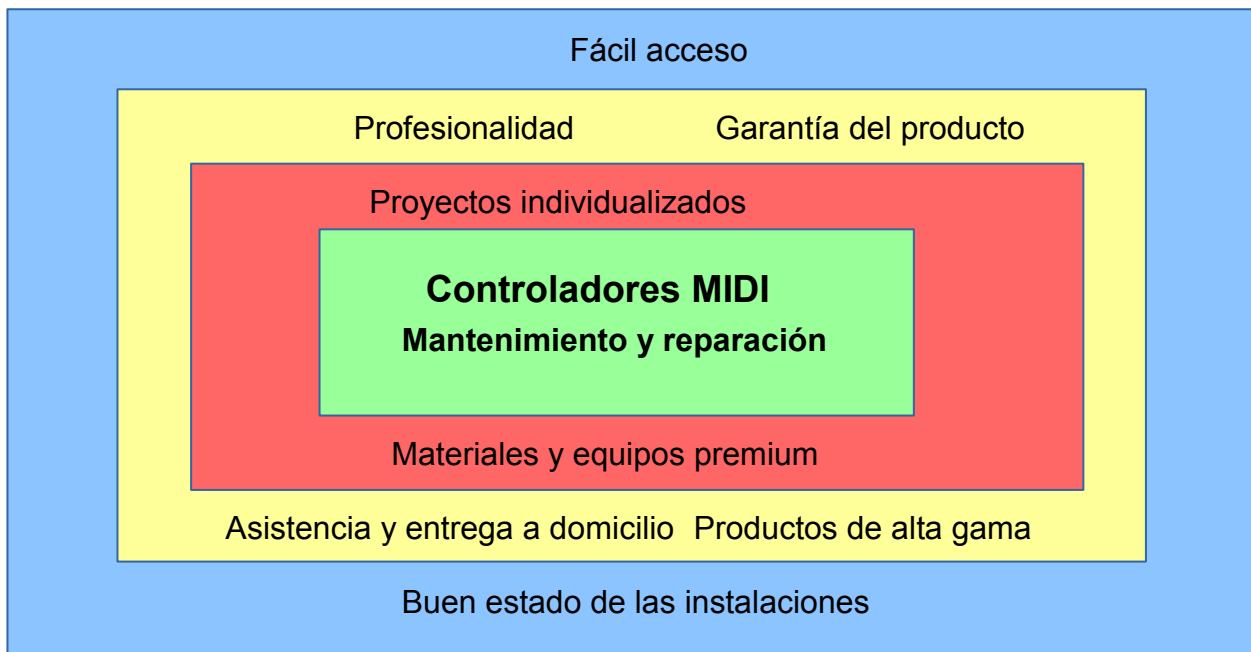
Principalmente la idea que nosotros queremos llevar a cabo se basa sobre todo en la construcción y diseño de controladores MIDI, que hagan más sencilla la labor de los artistas, así como reparaciones y mantenimientos de sus equipos. Nuestro producto es el ejemplo perfecto de calidad y artesanía, ya que todo va a fabricarse a mano, de forma única y exclusiva para cada cliente, sin olvidar claro está que la calidad no estará reñida con los precios, ya que estos serán muy competitivos y accesibles a prácticamente a todos los bolsillos

B) Datos básicos

- **Nombre de la empresa:** Customidi S.L.
- **Localización de la sede de la empresa:** C/ Ponent Baix, s/n, 12540, Villarreal, Castellón, Comunidad Valenciana, España

C) Producto y servicio ofertado

Presentaremos a continuación un esquema con el producto formal y sus ampliados de forma visual:



-  Producto básico
-  Producto formal
-  Producto ampliado
-  Complementos

2. Análisis del Mercado y de la Empresa.

En el entorno general de la empresa podremos encontrar factores que pueden echarnos atrás a la hora de llevar a cabo el lanzamiento de la nueva empresa. Estos factores tales como la legislación de impuestos y tasas (Impuesto sobre sociedades, I.R.P.F., I.V.A.) añadido al escaso poder adquisitivo de las familias en este tiempo de crisis puede plantear un reto. También la escasa financiación bancaria o los altos intereses en la devolución de los créditos solicitados así como el momento de crisis económica que actualmente estamos sufriendo puede no ser el mejor entorno general para comenzar a emprender.

En el entorno específico, cabe añadir también que el mundo del DJ y la producción musical así como de otros artistas que usan este tipo de equipos esta al alza en estos momentos sobre todo entre la gente más joven, debido también en gran parte a que los avances tecnológicos en este tipo de sistemas han ocurrido muy recientemente. Aunque la competencia directa que vayamos a tener a corto plazo no fabrique exactamente el mismo tipo de productos sí que será un escollo tener que diferenciar nuestro producto de estas marcas, pero no será una tarea difícil por lo antes mencionado, no es el mismo producto exactamente el que se oferta. El factor más preocupante sería la entrada de nuevos competidores creados para copiar nuestro producto o nuestro sistema, pero estamos enfocados en algo que es tan personal y amplio que sería difícil que copiaran nuestro producto o que nuestro sistema de negocio pudiera copiarse. Sin duda el mayor punto a favor del mercado es que nuestro producto ya nace de por si como un producto sustitutivo de otras marcas, pero a su vez también con mejoras.

Nosotros nos englobamos en un entorno sencillo sobre todo debido a que el mundo de las performances en vivo es algo que lleva existiendo desde hace bastante y es algo que atrae cada vez a más gente con lo cual suele ser por lo general bastante estable, los conocimientos no son tampoco demasiado complejos, ya que simplemente requieren de practica para conocerlos a la perfección. Debido a que nuestra empresa va a ser a nivel mundial pero solo con sede física en España, el entorno en el que vamos a estar va a ser integrado

3. Diagnóstico de la situación.

Procederemos a continuación a mostrar un análisis DAFO de nuestra empresa en el que mostraremos los principales aspectos positivos y negativos tanto internos de la empresa como los externos correspondientes al sector

Análisis D.A.F.O. 'Customidi'	Internas	Externas
Negativo	Debilidades <ul style="list-style-type: none">- Financiación inicial (crédito)- Adaptación al producto que requiere el cliente (exigencias carentes de coherencia)- Reacción lenta a pedidos (plantilla escasa)- Escasa experiencia de gestión empresarial	Amenazas <ul style="list-style-type: none">- Escasez de financiación de los bancos- Aumento de precio de los proveedores- Aparición de nuevos competidores con un modelo de empresa similar
Positivo	Fortalezas <ul style="list-style-type: none">- Personal cualificado para el desarrollo de la empresa (técnicos en sonido y personal en tienda)- Fabricación de un producto de calidad- Escasos costes de fabricación ya que sólo se comprará el material necesario para realizar el producto<ul style="list-style-type: none">- Producto innovador y personalizado al gusto del cliente- Publicidad en YouTube (gran plataforma en crecimiento) e internet	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">- Mercado con posibilidades de crecer<ul style="list-style-type: none">- Etapa de crecimiento económico en el sector- Escasez de competencia en la zona<ul style="list-style-type: none">- Cambios en la moda (aparición de muchos artistas nuevos)- Cambios tecnológicos actuales

4. Plan estratégico

A) Objetivos a corto plazo

Principalmente la idea en un comienzo es satisfacer la necesidad de los artistas locales, intentando generar beneficios y ser autosuficientes y poder devolver el préstamo bancario con el dinero generado en el plazo de un año.

B) Objetivos a medio plazo

Una vez logrados los objetivos a corto plazo realizaremos campañas de expansión a nivel nacional contactando con artistas de renombre que puedan dar soporte a nuestros productos

C) Objetivos a largo plazo

La idea es poder satisfacer la necesidad de estos equipos a nivel mundial teniendo a artistas patrocinados que usen nuestros controladores y nos den promoción

5. Plan de marketing

A) Definición del Producto y/o servicio

Características: Productos totalmente personalizados y adaptados a cada artista, completamente exclusivos y con mantenimiento de estos

B) Estrategia de precios

Buscaremos sobre todo mantener una estabilidad en los precios, sin subidas ni bajadas bruscas pero adaptándonos a los precios tanto de la competencia como a los precios respectivos de distintos productos. Nuestra política de precios será la siguiente

- Orientación del proyecto: 15 Euros/h
- Mantenimientos de equipos: 30 Euros/h + Componentes a precio de coste
- Construcción y programación del equipo, componentes incluidos: Entre 150 y 600 Euros, dependiendo de la complejidad del proyecto a llevar a cabo).
 - Controladores simples (Botoneras): 150-200 Euros (Dependiendo del tamaño deseado)
 - Controladores rotatorios o con potenciómetros: 200 - 400 Euros (Añadido de botones 10 Euros cada uno)
 - Controladores complejos: 400-600 Euros (dependiendo de los materiales requeridos)
- Configuración del equipo: 10 Euros

C) Política de ventas y postventa

Para nosotros es fundamental garantizar la accesibilidad a todos nuestros clientes potenciales, para ello desarrollaremos unas políticas de ventas basadas en la variedad de formas de pago, ya sea mediante PayPal, en compras por internet, tarjetas o efectivo, en compras en tienda física. También se harán campañas de descuento ya sea por rebajas o por acumulación de puntos en las tarjetas de clientes, así como descuentos por primeros proyectos y compras de varios productos. Debido a que no todos pueden afrontar un pago tan elevado de una sola vez facilitaremos planes de pago a plazos sin coste adicional.

D) Políticas de promoción y publicidad

Con la finalidad de dar a conocer nuestros productos y los servicios que ofrecemos intentando hacer ver al cliente que nuestro producto es garantía de calidad y artesanía. Para conseguirlo necesitaremos publicitarnos y para ello nuestras principales fuentes serán sobre todo en la red, por ejemplo con reviews de producto en YouTube o páginas que hablen sobre este tema, como pueden ser Hispasonic o DJTechtools; o banners publicitarios en páginas web. También explotaremos la vía de contacto con artistas mediante sus agencias de representación o directamente a ellos con tal de proporcionar aún más credibilidad sobre la calidad y fiabilidad de nuestro producto.

También incluiremos una garantía de 2 años del producto desde el momento de la compra. No se admitirán devoluciones del producto, salvo que este defectuoso o tenga algún problema de configuración, en ese caso será reparado o reconfigurado de forma totalmente gratuita, contactando con nuestro servicio técnico bien mediante internet o bien acercándose a nuestra tienda física. También daremos acceso al cliente a plantillas pre configuradas en caso de que así lo demande.

E) Canales de distribución

El formato de distribución se hará bien desde tienda física o a través de la tienda online, desde la que se podrá acceder a la creación y compra de los proyectos. Una vez realizada la compra y en un plazo de entre 3 y 5 semanas se podrá proceder a la recogida ya sea en la tienda física o bien mediante envío a domicilio según lo demande el cliente. El cliente se hará cargo de los gastos de envío en compras inferiores a 200 Euros.

6. Plan de operaciones

A) Operaciones

Para llevar a cabo nuestra tarea se requerirá de un taller, en el que se llevaran a cabo las tareas de construcción, reparación y programación de los equipos y una tienda en la que se atenderá a los clientes y se gestionaran los proyectos de orientación y configuración

Para las tareas de producción se requerirán varias fases.
Comenzaremos con la reunión con el cliente para planificar el proyecto y realizar una orientación personalizada del equipo que se va a fabricar.

Una vez realizado este procedimiento pasaremos al diseño final del producto con la estética solicitada por el cliente.

En la fase de construcción del producto propiamente, deberemos en primer lugar realizar el encajado donde colocaremos todos los elementos necesarios, que posteriormente procederemos a soldar entre si y conectar al procesador que se habrá configurado de forma paralela al proceso de construcción del equipo.

Finalmente se configurara el proyecto junto con el cliente adaptándolo a aquellos aspectos que el crea necesarios

Paralelamente a esto en el mismo taller se gestionaran las tareas de reparación y mantenimiento de equipos

B) Empresas proveedoras

Cableado y Fundas para potenciómetros y faders: DJ Techtools.

Materiales electrónicos: Componentes Castalia.

Cajas: Dependerá del proyecto, pero mayoritariamente de fabricación casera

7. Recursos Humanos. Temas Societarios.

A) Trabajadores y funciones en la empresa

Ambos socios ejercerán las funciones de dirigir la empresa así como también trabajos en el taller, como pueden ser la fabricación, la planificación de los proyectos y la configuración de los equipos fabricados.

Para la atención al cliente en la tienda contaremos con un trabajador contratado

B) Capacidades y experiencia

Ambos tenemos la capacidad de toma de decisiones para la empresa y que le afectaran dependiendo de la elección así como un extenso conocimiento del mercado y la situación y que funciones deberemos realizar para adaptarnos a ella.

C) Selección de personal

Si fuese necesario en un futuro, se realizaría una selección de personal en la que se buscaría a algún electricista, para temas de soldadura, o alguien con nociones básicas de programación informática

D) Tipo de sociedad a crear

Para nuestra empresa la sociedad elegida seria la Sociedad Limitada Nueva Empresa, ya que se ajusta a las características de nuestra empresa, y ofrece grandes ventajas como la constitución rápida, está limitada a los aportes de capital con un mínimo de 3000€ y también existe la posibilidad de aportar el capital en dinero o en otros bienes, según lo requiera la sociedad

8. Plan económico y financiero

GASTOS	INVERSION INICIAL	MENSUAL
Alquiler	800	800
Materiales	2500	200
Herramientas	1500	
Sueldos	2400	2400

INGRESOS	PROMEDIO MENSUAL
Ventas	2000
Mantenimiento	1000
Orientación	1400
Configuración	350

	MENSUAL	ANUAL
INGRESOS	4750	57000
GASTOS	3400	40800
INVERSION INICIAL	7200	

B) Plan de previsión inicial

Herramienta	Precio
Taladros y coronas	350
Sierra de calar y serruchos	450
Lijadoras	275
Soldadores	200
Martillos y mazas	75
Atornillador eléctrico	100
Puntas de atornillador	50
	1500

Materiales	Precio
Mobiliario	1800
Potenciómetros	30
Botones	70
Leds	10
Placas	40
PC	500
Cables y Fundas para potenciómetros	50
	2500

C) Plan de financiación

Para comenzar nuestro negocio deberemos pedir un préstamo al banco de 10000€, además de aportar 1500€ cada uno con los que poder hacer frente a los gastos de creación de la empresa, así como las pertinentes ayudas estatales que nos corresponderían como autónomos de nueva creación.

El principal objetivo es lograr ser autosuficientes en 1 año sin tener que depender de más préstamos

9. Conclusiones

A) Viabilidad de la situación

La viabilidad la consideramos positiva puesto que basándonos en aquellos aspectos detallados anteriormente el nicho de mercado al que nos enfrentamos está vacío y tiene altas probabilidades de rentabilidad en su explotación. Creemos que la principal adversidad radica en que el servicio sea menospreciado por el cliente, bien sea por cuestiones de índole técnica, formas de trabajo o bien por cuestiones personales, aunque no creemos que pueda llegar a materializarse como problema ya que la principal habilidad como jóvenes es el don de gentes, sabiendo adaptarnos a cualquier entorno que se nos presente.

B) Viabilidad técnica

Ambos socios nos encontramos actualmente parados pero con mucha ansia de poder llevar a cabo nuestra idea, aplicando todo aquello que hemos aprendido sumado a la ilusión depositada en él, siendo unos competidores muy sólidos y perseverantes. También cabe destacar que disponemos de proveedores

C) Viabilidad económica

Según las previsiones anteriormente mencionadas y nuestros objetivos creemos que la viabilidad económica de la empresa es altamente posible