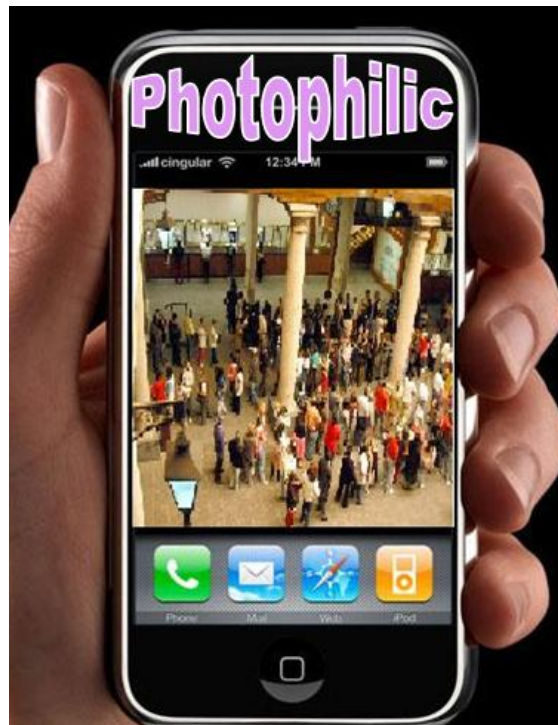


PHOTOPHILIC



Bienvenidos a PHOTOPHILIC un avisador de filas a tiempo real que a partir de una imagen real ves cómo se encuentra el sitio donde vas a acudir. Puedes realizarlo desde tu ordenador personal, desde tu propio móvil a través de Internet e incluso vía sms.

Se adjunta carpeta con el proyecto completo en página Web

**PROMOTORES:
Eva Salamero Escós
Cristina Pérez Gómez**

ÍNDICE

1. Promotores.
2. Ideas y negocios.
3. Nombre y logotipo.
4. Entorno.
 - Entorno específico.
 - Entorno general.
5. Viabilidad del proyecto.
6. Estrategia competitiva.
7. Legalización.
8. Localización.
9. Área comercial.
10. Área de recursos humanos.
11. Área de aprovisionamiento.
12. Área económica-financiera.
13. Viabilidad del negocio.

PROMOTORAS

Eva Salamero Escós

E-mail: eva-zgz@hotmail.com

Teléfono: 680851747.

Dirección: Calle Rosellón nº 9 4º D.

Curso: 2º Bachillerato.



Cristina Pérez Gómez

E-mail: cristinaperez@iespablogargallo.org

Teléfono: 663517623.

Dirección: Calle Pablo Remacha nº 13 escalera izquierda 5º D.

Curso: 2º Bachillerato.



IDEAS Y NEGOCIOS

Comenzamos teniendo 5 ideas para realizar nuestro proyecto. Con el paso del tiempo y realizando las ventajas e inconvenientes, nos decantamos por una en especial.

Aquí os mostramos nuestra idea elegida:

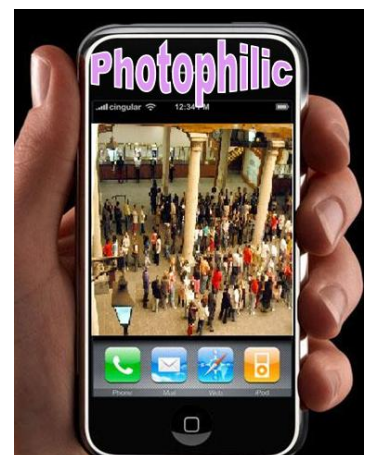
Avisador filas a tiempo real que a partir de una imagen real ves cómo se encuentra el sitio donde vas a acudir. Puedes realizarlo desde tu propio ordenador, desde tu propio móvil a través de Internet e incluso vía sms.

Ventajas: no pierdes tiempo al ir a ver como se encuentra la zona que quieres visitar con lo que si hay gente, puedes realizar otra actividad.

Inconvenientes: es una empresa nueva con lo que no sabemos como lo va a ver la gente y si lo utilizaría mucho.

NOMBRE Y LOGOTIPO

El nombre de nuestra empresa viene dado de la unión de las palabras "foto" y "fila" donde con un toque de inglés se nos ocurrió la palabra "PHOTOPHILIC". Creemos que tiene un sonido peculiar y pegadizo con lo que las personas se quedarían con él y tendrían la curiosidad de conocer de qué tipo de empresa se trata.



El logotipo de "PHOTOPHILIC" es un móvil donde se muestra la foto de una fila de un establecimiento enviada por nosotros; de esa manera, a través de nuestro logo, enseñamos lo que sería un momento real en un lugar determinado con mucha fila.

Eslogan:

"Se acabó la espera..."

...PHOTOPHILIC"

ENTORNO

ENTORNO ESPECÍFICO

ANÁLISIS PORTER

Hemos analizado las cinco fuerzas de Porter que determinan el grado de rivalidad o competencia entre las empresas de un sector. Estas fuerzas son:

Grado de rivalidad entre competidores.

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Amenaza de productos sustitutivos.

Poder negociador de los proveedores.

Poder negociados de los clientes.

Conclusión: a partir del **PORTER**, nos dimos cuenta de que nuestra empresa con una buena gestión y nuestro esfuerzo, tiene futuro. Con el **PORTER**, pudimos realizar el análisis **DAFO** y la **matriz de impactos**.

ANÁLISIS DAFO

<p>D Somos personas jóvenes.</p> <p>Nuevas emprendedoras, con lo que nos costaría darnos a conocer y ganarnos la confianza de las empresas con nuestros servicios.</p> <p>No tenemos mucho poder de convicción por lo que a las empresas les costaría contratarnos.</p>	<p>A Débiles barreras para entrar en el mercado.</p> <p>Posibles empresas que copien nuestra idea.</p> <p>La crisis actual podría provocar que las personas consideraran un gasto tonto nuestra labor.</p>
<p>F Ganas de trabajar</p> <p>Empresa innovadora que no tiene competidores similares.</p> <p>Formaríamos una Sociedad Limitada con lo que, en caso de quiebra, solo perderíamos el dinero aportado como capital inicial.</p> <p>Nos movemos principalmente en el entorno de Internet por lo que es mas fácil encontrarnos.</p>	<p>O Actualmente las personas no disponen de tiempo para perderlo en una fila así que nosotros facilitaríamos su gestión del tiempo.</p> <p>Los precios no serían elevados, con lo que no supondría mucho gasto para nuestros clientes.</p>

MATRIZ DE IMPACTOS

	Puntos fuertes	Puntos débiles
Oportunidades	Situaciones positivas Estrategias ofensivas	Situaciones inciertas Estrategias de supervivencias
Amenazas	Situaciones inciertas Estrategias defensivas	Situaciones negativas Estrategias de reorientación

Estrategia Ofensiva

Nos encontramos en una situación buena debido a que nuestro punto fuerte es que somos una empresa novedosa en nuestra ciudad.

No tendríamos mucha competencia al principio, lo que nos ayudaría a darnos a conocer rápidamente; lo haríamos a través de Internet y de nuestro establecimiento.

En el tiempo en el que estamos, nuestros precios serían asequibles para todas aquellas personas que quisieran nuestro servicio. Seríamos una **Sociedad Limitada** con lo que solo perderíamos nuestro capital inicial.

Al ser jóvenes y nuevas emprendedoras, se nos haría muy ameno el empezar con esta idea y que llegara a buen puerto.

ENTORNO GENERAL

Hemos realizado el entorno general de nuestra empresa donde hemos analizado los factores mas importantes que se agrupan en: político-legales, sociales y demográficos, tecnológicos y económicos.

Como conclusión hemos observado que nuestra empresa puede tener grandes posibilidades de salir a flote en estos tiempos de crisis.

VIABILIDAD DEL PROYECTO

¿Existe un nicho de mercado?

Nuestro producto al ser innovador si que tendríamos un nicho de mercado pero si lo comparamos con el método que utiliza TUZSA para avisar del tiempo de espera del autobús, no tendríamos nicho de mercado.

¿Existe un hueco de mercado?

Si ya que no existe ningún producto que realice los mismos servicios como el que realizamos nosotras, el proyecto PHOTOPHILIC.

¿Qué volumen potencial tiene el mercado?

¿Quiénes son? Todo tipo de personas tanto personas mayores, adultas y jóvenes.

Motivación, características del producto que inducen a comprarlo

Momento de adquisición, época del año, frecuencia... No tiene un momento de uso fijo, puedes utilizarlo cuando, donde y como quieras.

Lugar de compra A través de Internet y de nuestro establecimiento donde las empresas pueden contratar nuestros servicios.

Factores que influyen en su comportamiento El tiempo que es muy importante para la vida ajetreada que poseen las personas.

¿Cómo reaccionarán nuestros competidores?

No lo sabemos con seguridad pero creemos que si nuestro proyecto tiene éxito, habrá empresas que copien nuestra idea y de los mismos servicios.

¿Es un mercado que crece o decrece?

Creemos que poco a poco será un mercado que crecerá ya que el tiempo será un aspecto importante en la vida de las personas.

¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio los clientes potenciales?

Esta pregunta la realizaremos mediante una encuesta que realizaremos el día que vayamos a legalizarnos.

ESTRATEGIA COMPETITIVA

Existen tres tipos de estrategia competitiva:

Liderazgo general en costes.
Diferenciación del producto.
Enfoque o alta segmentación.



Nosotras utilizaríamos la estrategia competitiva de **diferenciación del producto**. Al ser una empresa nueva que da un servicio distinto a otros y que por ahora nadie posee, no tendríamos competidores. Así que poseeríamos la primacía del público.

La estrategia competitiva de **liderazgo general en costes** no la podríamos realizar ya que como he nombrado antes, no existe ninguna empresa que den nuestros servicios. A pesar de esto, daríamos unos precios razonables para que todas las personas pudieran utilizar el servicio que realizamos.

Sobre la estrategia competitiva de **enfoque** podemos decir que va dirigido a todo tipo de personas (jóvenes, adultos, ancianos...).

Como conclusión podríamos decir que nuestra mejor estrategia competitiva y la que utilizaremos sería la de diferenciación del producto.

LEGALIZACIÓN

PARA EMPEZAR CON NUESTRA EMPRESA, DEBEMOS REALIZAR TRÁMITES ADMINISTRATIVOS. TRÁMITES REALIZADOS SON LOS SIGUIENTES:

1.- TRÁMITES EN HACIENDA.

El primer trámite que hemos realizado ha sido darnos de alta en el Impuesto sobre Actividades económicas, (I.A.E).

El segundo trámite que hemos realizado en Hacienda ha sido darnos de alta en la Declaración censal y código de identificación fiscal (C.I.F).

2.- TRÁMITES ANTE EL REGISTRO MERCANTIL

Solicitamos al registro mercantil el nombre de nuestra empresa, y recibimos la certificación negativa del nombre, por lo tanto nuestro nombre es "PHOTOPHILIC S.L."

También en el registro mercantil hemos llevado a cabo la legalización de libros como sociedad mercantil que somos.

3.- TRÁMITES EN EL AYUNTAMIENTO

En el Ayuntamiento y en el Dpto. de Urbanismo, obtuvimos la Licencia de Apertura.

4.- TRÁMITES EN EL MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Nos dirigimos a la Dirección Provincial de la Tesorería Territorial para inscribir a nuestra empresa en la Seguridad Social.

También nos dirigimos a la Dirección Provincial de Trabajo y S.S. para la comunicación de apertura del centro de trabajo.

5.- TRÁMITES EN EL INEM

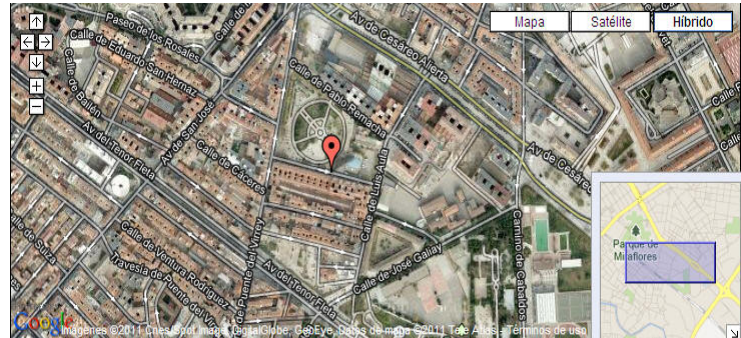
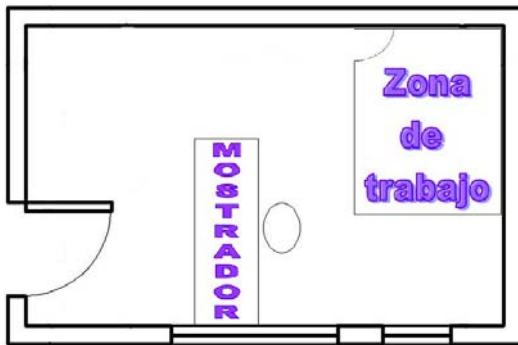
Acudimos a una de las oficinas del INEM para tramitar la oferta de empleo. Aunque no es obligatoria realizarla, nosotras decidimos hacerlo para poder cubrir puestos más fácilmente.

También realizamos en la oficina del INEM el modelo contrato de trabajo de los trabajadores que próximamente trabajaran para nuestra empresa.

LOCALIZACIÓN

Hemos decidido ubicar nuestra empresa en el barrio San José de Zaragoza en la C/ Raquel Meller. Es un local pequeño ya que no necesitamos mas de 80 m² y su precio es de 450€ al mes.

Nuestra distribución será la siguiente:



ÁREA COMERCIAL

Nuestra empresa realiza un servicio que no posee actualmente ninguna empresa. A pesar de esto, algunas empresas que realizan un servicio similar son: TUZSA (a través de un sms sabemos el tiempo que falta para que llegue el autobús a la parada en la que te encuentras) y TAXIS de Zaragoza (existe un número al que llamas y te va a buscar directamente al lugar donde estás).

Va dirigido a todo tipo de personas, no va a ningún grupo en particular (niños, jóvenes, adultos...).

El precio que hemos decidido a través de las encuestas realizadas a varias personas en diversas edades, es de 0.75€. Es un precio que nosotras consideramos un poco bajo para poder salir a flote sin ningún tipo de problema, pero con nuestra perseverancia lo conseguiremos.

La forma de distribución de nuestro servicio será mediante folletos repartidos por la calle fundamentalmente en la zona céntrica de nuestra ciudad, Zaragoza, y mediante Internet y las redes sociales ya que es una de las plataformas con mayor número de usuarios.

El canal de distribución para contratar nuestros servicios se encuentra en la calle donde disponemos de nuestro local. Allí podrán acudir tanto empresas como consumidores que quieran saber como trabajamos; seremos una empresa cercana.

ÁREA RECURSOS HUMANOS

En este apartado realizamos un organigrama donde ponemos el área en el que cada promotora actúa, estudiamos los futuros empleados de PHOTOPHILIC respecto a la contratación que utilizaremos, la formación que deseamos que tengan y la selección que realizaremos para su contratación, los horarios y la retribución que utilizaremos para que nuestra empresa sea la más competitiva y salga lo más pronto posible a flote, la seguridad e higiene que tendremos para cumplir con todos los requisitos y que nuestra empresa este lo mejor posible y el balance social donde intentaremos contaminar lo menos posible al medio ambiente que es muy importante para la vida.

ÁREA DE APROVISIONAMIENTO

En este apartado hemos analizado los diferentes proveedores que tendrían nuestra empresa y los costes. Respecto a los proveedores, se encuentran las empresas que fabricaran las cámaras que fuéramos a comprar y alguna sociedad que nos proporcionara todo lo necesario para su instalación, ya que nosotras mismas las pondríamos y así un gasto menos que tendríamos. En cuanto a los costes se refiere, tendríamos costes directos y costes indirectos. En los costes directos encontraríamos las microcámaras y en los costes indirectos el resto: los ordenadores, el transporte, el alquiler del local, los suministros de agua y luz y el mobiliario. El coste total de costes directos e indirectos serían 6688´98€, siendo 2655€ los costes directos y 4033´98€ los costes indirectos.

ÁREA ECONÓMICA-FINANCIERA

Aquí analizamos la parte más económica y financiera de nuestro proyecto. Hablamos de la inversión inicial para la creación de nuestra empresa donde cada una aportaremos 10.000€, es decir, en total 20.000€. En el material para la adecuación del local están las microcámaras y los ordenadores. En el mobiliario tenemos el mostrador, las sillas y un armario. El plan de nuestra financiación es propio, lo realizaremos nosotras mismas. En este apartado también os dejamos el balance de nuestra empresa (tres años), sus comentarios respectivamente por años, la previsión de tesorería y la cuenta de resultados.

VIABILIDAD DEL NEGOCIO

Aquí hemos estudiado varias viabilidades de nuestro negocio. En concreto hemos realizado la viabilidad financiera, la económica, la comercial, la técnica, la del medio ambiental y el jurídico legal.

La **viabilidad financiera** la hemos obtenido a partir del VAN o el Valor Actual Neto.

La **viabilidad económica** está obtenida a través del PM o Punto Muerto.

La **viabilidad comercial** hemos puesto un pequeño resumen de varios análisis que realizamos anteriormente como son el análisis Porter, el DAFO y la Matriz de Impactos.

La **viabilidad técnica** de nuestra empresa son las cámaras y los ordenadores. En nuestro proyecto os explicamos que características tienen cada uno de nuestros medios que utilizamos.

La **viabilidad medio ambiental** hace referencia a todo aquello que PHOTOPHILIC realizará para no dañar el medio ambiente como el uso del papel reciclado.

La **viabilidad jurídica** legal son todos aquellos papeles que hemos ido obteniendo para formar nuestra empresa legalmente y sin tener ningún problema.

TWITTER

Aquí os dejamos nuestro Twitter de trabajo donde hemos puesto todos los pasos que hemos realizado a lo largo de nuestro proyecto.

https://twitter.com/#!/Cris_Evaa