

NOLOPIERDAS S.L.



PROMOTORES

Alberto Leonte

Dan Nedelea

Luis Mimbela

Twitter: [@NolopierdasSL](https://twitter.com/NolopierdasSL)

ÍNDICE

- **INTRODUCCIÓN**
- **IDEAS de las que partimos**
- **NOMBRE Y LOGO**
- **LEGALIZACIÓN**
- **ENTORNO**
 - ENTORNO GENERAL
 - ANÁLISIS D.A.F.O
 - Análisis Porter
- **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS**
- **LOCALIZACIÓN**
- **VIABILIDAD DEL PROYECTO**
- **ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**
- **ÁREA COMERCIAL**
 - ANÁLISIS DEL MERCADO
 - PLAN DE MARKETING

INTRODUCCIÓN

Tenemos la idea de ofrecer un producto que consideramos que será de gran utilidad en los tiempos que corren. Se trata de un localizador por GPS para bicicletas, que permita localizar nuestra bicicleta en caso de robo. Pretendemos que nuestro localizador se pueda esconder dentro de la tija del sillín o dentro de la horquilla, para así no ser detectado por los ladrones.

Actualmente se encuentran en el mercado productos similares pero tienen un excesivo tamaño y no son del todo efectivos, aparte de esto ninguno se encuentra en tiendas físicas en el mercado español y tienen un precio desorbitado para la calidad que ofrecen.

Será una Sociedad de Responsabilidad Limitada, debido a que el capital mínimo necesario es menor que el de una Sociedad Anónima, y también porque la responsabilidad es limitada, así que no asumiríamos muchos riesgos si la idea no funciona.

Nuestra empresa ofrecerá un producto de mejor calidad y precio que la competencia, por lo tanto nuestra idea debería tener éxito ya que es la única en España que ofrece un servicio parecido.

IDEAS de las que partimos

1. Página web de compra al por mayor y venta al por menor de productos tecnológicos como teléfonos móviles.

-La ventaja: la fácil obtención de beneficios.

-Las desventajas: la cantidad de capital necesaria para empezar el negocio y la dificultad para posicionarse en el mercado.

2. Restaurante en el que no hubiese carta, si no que los clientes podrían pedir lo que quieran. -Ventajas: es una idea innovadora.

-Desventajas: puede no atraer a tantos clientes como pensamos.

3. Gimnasio de crossfit con monitores que sean expertos en nutrición.

-Ventajas: seríamos el único de Zaragoza.

-Desventajas: están ya muy popularizados.

4. Supermercado que ponga a la venta sólo productos saludables y que contenga una pequeña consulta con expertos nutricionistas para avalar y ayudar a los clientes a diseñar su nueva dieta.

-Ventajas: seríamos únicos en el sector

-Desventajas: se requiere mucho capital inicial.

5. Empresa que se dedique a la búsqueda de trabajo para gente parada y que también cree mini-empleos con ayuda del ayuntamiento.

-Ventajas: mucha gente estaría interesada en ese servicio.

-Desventajas: las dificultades que conllevaría llevar a cabo esta idea.

IDEA ELEGIDA:

Tratamos de ofrecer un localizador GPS para bicicletas que nos indique la posición exacta de nuestra bicicleta en todo momento y que nos avise si nuestra bicicleta se está moviendo, así permitiéndonos recuperar nuestra bici y posiblemente disminuir el número de hurtos de bicicletas. Para poder ser avisados de si nuestra bicicleta se está moviendo y saber el lugar exacto en el que se encuentra crearemos una App con el nombre de nuestra empresa, que permita la fácil localización de nuestro dispositivo en un mapa.

- Ventajas: idea original que será de gran utilidad ya que podría crear un standard en la seguridad de la propiedad privada, reduciendo los robos o ayudando a recuperar los bienes que nos han sido sustraídos. Trataremos de ofertar el producto a un precio bajo, para lograr ser más competitivos, al ser nuestro producto un producto complementario.

- Desventajas: es complicado de poner en marcha debido a que una empresa nueva no puede captar eficientemente la atención del público objetivo además nos hace falta la ayuda de varios profesionales tanto para crear la aplicación como para perfeccionar el producto.

Actualmente hay en el mercado productos similares, pero sin tantas funcionalidades y calidad que han fracasado.

NOMBRE Y LOGO

Pensamos que No Lo Pierdas es un nombre apropiado para nuestra empresa ya que trataremos de poner en venta un localizador GPS para bicicletas que muestre mediante una App dónde se encuentra nuestra bicicleta, para así no perderla. Es por eso que pensamos que No lo pierdas es un nombre apropiado para nuestra empresa, y también gracias a que es un nombre del cual es fácil acordarse.

Nos hemos decantado por este logotipo debido a que creemos que un diseño simple es lo mejor a día de hoy, ya que muchas empresas importantes como Google, Yahoo o Facebook están optando por rediseñar sus logotipos haciéndolos más simples y planos. Las siglas que forman parte del logo (NLP) son las siglas del nombre de nuestra empresa No Lo Pierdas.

LEGALIZACIÓN

FORMA JURÍDICA

Hemos elegido una Sociedad Limitada (S.L.) por las características que posee: tiene Responsabilidad Limitada, es decir, se responde a las deudas ante terceros con el capital aportado a la empresa.

No requiere una inversión inicial elevada ya que la cantidad mínima a desembolsar al principio es de tres mil euros. Su capital se divide en participaciones acumulables e indivisibles.

Tiene un carácter mercantil, que debe estar registrada en el registro mercantil con el que adquiere personalidad jurídica. En este tipo de Sociedad, encontramos más libertades que en la sociedad anónima, en la cual hay que hacer un desembolso inicial muy elevado.

El nombre de la sociedad, no debe coincidir con otros y tiene que acabar con S.L.. Las Sociedades Limitadas no requieren muchos socios ya que el número mínimo es uno dando lugar a una Sociedad Limitada Unipersonal.

Las Sociedades Limitadas son adecuadas para pequeños proyectos debido a su poca inversión inicial y los pocos socios necesarios. La condición de socio no va ligada a la de trabajador.

Se pueden aportar bienes o derechos valorados económicamente, pero no puede ser objeto de aportación el trabajo o los servicios.

SUBVENCIONES

Hemos encontrado 2 subvenciones:

- “Programa de ayudas para el crecimiento y la consolidación de proyectos para emprendedores 2014”
- “Programa de ayudas para el crecimiento y la consolidación de proyectos de jóvenes emprendedores”

ENTORNO

- ENTORNO GENERAL

1. Factores Políticos-Legales

Ideologías y partidos políticos relevantes: El partido político que está en el poder es conservador, de derechas. El modelo del país es capitalista.

Hay cierta estabilidad política afectada solo por el intento de independencia de Cataluña.

El marco exterior: el país forma parte de la Unión Europea que concede ayudas a las empresas y que tiene una moneda común fuerte que facilita el comercio internacional.

2. Factores Sociales- Demográficos

Nuestro negocio y producto está enfocado a los propietarios de bicicletas que buscan un sistema de seguridad para sus bicis, para así evitar su robo.

Somos la única empresa que se dedica a esto en Aragón y posiblemente en España.

3. Factores Tecnológicos

Es de gran importancia la innovación tecnológica y el dominio de la tecnología que pretendemos crear para poder ofrecer un producto de calidad que nos diferencie de la posible competencia.

4. Factores Económicos

Política fiscal: En la actualidad hay una política expansiva ya que el gobierno ha aumentado el gasto público.

A pesar de encontrarnos en una política expansiva, los impuestos están subiendo porque el Estado no puede hacer frente al gasto público, por ejemplo el gobierno aumento el IVA de 16% a 18%.

Política monetaria: el tipo de interés está bajo por lo cual esta situación facilita la concesión de préstamos.

Inflación: la contención de los precios se ve positivamente, ya que facilita la continuidad de la moderación salarial, lo que tiene un impacto favorable sobre la competitividad de nuestra economía y las exportaciones.

Tipo de cambio: El Euro es la moneda más fuerte momentáneamente.

Ciclo económico: Este es un periodo de recesión, hay una profunda crisis, aunque los últimos datos parecen indicar que se está saliendo de esta crisis.

- ANÁLISIS D.A.F.O

Debilidades: - Falta de experiencia en el sector	Fortalezas: - Tenemos una idea innovadora
Amenazas: - Podría no llamar la atención. Otras empresas podrían copiar nuestra idea y mejorarla.	Oportunidades: - Podríamos crear impacto en el sector

MATRIZ DE IMPACTOS

Debemos optar por una estrategia defensiva ya que estamos en una posición de situaciones inciertas y tenemos más amenazas que debilidades.

	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
OPORTUNIDADES	Situaciones positivas Estrategias ofensivas	Situaciones inciertas Estrategias de supervivencia
AMENAZAS	Situaciones inciertas Estrategias defensivas	Situaciones negativas Estrategias de reorientación

- Análisis Porter

1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes

Alto, ya que nuestro producto es un bien complementario del que se puede prescindir si lo pretendemos vender a un precio alto.

2. Poder de negociación de los Proveedores

Los proveedores tienen un gran poder de negociación al ser nosotros una pequeña empresa nueva en el sector, no vamos a poder influir en el precio de los materiales.

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

Posiblemente haya empresas que ya tengan experiencia en el sector tecnológico que quieran copiar nuestra idea, por lo tanto esperamos cierta competitividad.

4. Amenaza de productos sustitutivos

Hay productos sustitutivos pero que no han tenido éxito y son de baja calidad.

5. Rivalidad entre los competidores

No hay rivalidad ya que no hay competidores.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

La estrategia por la que hemos optado es la de enfoque o especialización, ya que seremos incapaces de competir frente a las grandes compañías con grandes presupuestos.

Nos centraremos en un solo producto, el localizador GPS, que estará destinado a la gente que tenga una bici o moto y quiera poder localizarla en caso de robo.

Nuestro núcleo de acción será en un principio España aunque esperamos poder introducir nuestro producto en nuevos mercados.

LOCALIZACIÓN

Hemos elegido este local debido a que se encuentra en una zona económicamente desarrollada y además se adapta perfectamente al espacio que necesitamos para desarrollar nuestra empresa.

-Localización: Calle Ávila 9, Avenida Valencia, Zaragoza CP. 50005

-Dimensiones: 128m²

-Cuota mensual: 325€



VIABILIDAD DEL PROYECTO

1. ¿Existe un nicho de mercado?

Si existe un nicho de mercado porque no hay ningún producto igual en el mercado pero también se puede considerar que estamos aprovechando un hueco de mercado diferenciándonos de los competidores.

2. ¿Qué volumen potencial tiene el mercado?

Muy amplio debido al gran número de ciclistas y a la posibilidad de internacionalizar nuestro producto.

3. ¿Cómo reaccionaran nuestros competidores?

Si nuestra idea tiene cierto impacto en el mercado lo más probable es que nos salgan competidores que copien nuestra idea.

4. ¿Es un mercado que crece o decrece?

Es un mercado que no está desarrollado pero tiene el potencial de desarrollarse rápidamente si se ofrece un producto de calidad.

5. ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio los clientes potenciales?

Podrían pagar un precio de entre 10€ y 18 €; intentaríamos no superar esos precios ya que lo que vamos a ofrecer no es un producto de primera necesidad, sino algo secundario.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS



- La **DIRECCIÓN GENERAL** será gestionada por los tres componentes de la empresa.

- La **ADMINISTRACIÓN** cuenta con Alberto Leonte, que asumirá la contabilidad y demás documentos pertenecientes al ámbito administrativo.

- El apartado de **I+D** lo llevará Luis Mimbela.

- **EI ÁREA COMERCIAL Y DE MARKETING** queda encargado a Dan Nedelea que tratará de buscar aumentar la productividad de la empresa e incrementar el número de consumidores.

- **La PRODUCCIÓN** será realizada por los tres componentes del equipo.

EMPLEADOS

No pensamos contratar a ningún empleado a corto plazo ya que somos una empresa pequeña y suponemos que nuestra cuota de mercado será pequeña y no necesitaremos ayuda para cubrirla satisfactoriamente.

Posiblemente consultaremos algún asesor externo a la empresa para que nos ayude a mejorar la calidad de nuestro servicio.

HORARIO Y RETRIBUCIÓN

La tienda abrirá en principio desde las 9:00 hasta las 13:00 y de 17:00 a 21:00 ya que es el horario más común.

El sueldo variará en función de los beneficios obtenidos ya que no tendremos personal contratado.

El beneficio se dividirá equitativamente entre los tres.

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Para la seguridad instalaremos un sistema de alarmas FIATC en el local que cubrirá unas garantías básicas tal como: Incendio, explosión y rayo; daños eléctricos; daños por agua incluida la búsqueda y localización de averías que ocasionan el siniestro dentro del local y los gastos de reparación; riesgos extraordinarios.

Para la limpieza del local no contrataremos a nadie sino que intentaremos limpiarlo nosotros mismos ya que al principio preferimos destinar todos nuestros recursos a la producción y mejora de nuestro producto.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Nuestra actividad no implica graves daños al medioambiente. En el futuro, si nuestra idea funciona pretendemos extendernos a otras localidades y así crear puestos de trabajo.

ÁREA COMERCIAL

- ANÁLISIS DEL MERCADO:

Competidores:

Al principio tendremos algunos competidores ya que nuestra empresa es nueva y poco conocida.

En Zaragoza no hay empresas que ofrezcan un producto similar al nuestro, pero una clara amenaza serían los negocios reconocidos en el mercado que podrían copiar nuestra idea y así vender más.

Trataremos de destacar lo máximo posible nuestro producto para tener éxito desde el comienzo.

Clientes

- **Área geográfica**

Nuestro centro de trabajo será al principio la ciudad de Zaragoza y su área metropolitana.

Después, si vamos teniendo éxito podríamos emprender el camino hacia el resto de Aragón y después a España.

A continuación, la encuesta dirigida hacia los clientes:

- **Encuesta**

1. **¿Estarías dispuesto a adquirir nuestro producto? SI/NO**

Un 65% de la gente dijo que sí

2. **¿Cuánto pagarías por nuestro producto?**

Los valores que la gente eligió fueron entre 8 - 20€

3. **¿Le parece útil nuestro producto? SI/NO**

Un 70% de la gente dijo que sí

4. **¿Qué opinas sobre nuestra idea?**

La mayoría contestó que era una buena idea

5. **¿Cómo mejorarías nuestro producto?**

Un 90% no contestó a esta pregunta

6. **¿Qué uso le daría a nuestro producto? Para bici/otro medio de transporte/un objeto personal**

Un 60% lo equiparía a su bici personal, otro 34% lo equiparía a la moto y un 6% se lo pondría a su novio/novia.

7. **¿Le parece buena idea crear una empresa como esta en tiempo de crisis? SI/NO**

Un 45% opinó que sí

8. **¿Crees que esta empresa podría tener un buen futuro? SI/NO**

El 80% de la gente dijo que sí

9. **¿Qué tipo de persona compraría nuestro producto?**

Según las estadísticas las personas comprendidas entre 16 - 54 años

10. **¿Crees que el nombre de la empresa es adecuado? SI/NO**

Un 60% de la gente dijo que sí

Segmentación

Nuestro producto está dirigido a un amplio número de personas de cualquier edad, que requieran más seguridad con sus pertenencias en caso de pérdida o robo.

- PLAN DE MARKETING:

Producto

Tratamos de ofrecer un localizador GPS para bicicletas que indique la posición exacta de nuestra bicicleta en todo momento y que nos avise si nuestra bicicleta se está moviendo, así permitiéndonos recuperar nuestra bici y posiblemente disminuir el número de hurtos de bicicletas.

Para poder ser avisados de si nuestra bicicleta se está moviendo y saber el lugar exacto en el que se encuentra crearemos una App con el nombre de nuestra empresa, que permita la fácil localización de nuestro dispositivo en un mapa.

Precio

Consideramos que al ser un producto novedoso y que no cubrirá una necesidad primaria lo mejor es ofertarlo a un precio bajo como 15€.

Creemos que es lo mejor ya que no sabemos el impacto que va a tener en el mercado, ya que si es un producto que en principio no llama la atención a los consumidores nadie lo comprará por un precio más elevado.

Si nuestro producto consigue llamar la atención podríamos lanzar una nueva versión de nuestro producto a un precio más elevado.

Promoción

Para darnos a conocer utilizaremos folletos que iremos repartiendo, ya que es una forma de promocionarse no muy cara, también nos aprovecharemos de las redes sociales ya que no implica ningún coste.

Por último nos daremos a conocer por medio de algún periódico de carácter regional.

Distribución

En un principio pensamos poner a la venta nuestro producto en nuestra propia tienda al por menor. También crearemos una página web desde la que vender y exportar nuestro producto.

Si nuestro producto consigue cierta aceptación en el mercado tenemos pensado negociar con empresas que vendan bicicletas y productos relacionados (Decathlon, Sportzone, Trek...) para ofrecerles la posibilidad de que distribuyan nuestro producto o de que lo implementen directamente en las bicicletas que venden.

ÁREA DE APROVISIONAMIENTO

PROVEEDORES

Nuestro principal proveedor será ésta empresa de [chips GPS](#), a la cual compraremos lotes de 25 piezas a 301,53€ el lote. La compra se realizará de manera online y el transporte lo hará un miembro de nuestro grupo.

COSTES	
COSTES DIRECTOS	
Materia prima	3618.36€
Mono de obra directa	800€
Otros	200€
TOTAL	4618.36€
COSTES INDIRECTOS	
Publicidad y promoción	1200€
Distribución	70€
Transporte	600€
Alquileres	3900€
Suministros	600€
Personal indirecto	0€
Impuestos	21%
Otros	500€
TOTAL	8207.70€
COSTE TOTAL	12826.06€

ÁREA ECONÓMICO-FINANCIERA

PLAN DE INVERSIONES y FINANCIACIÓN

Necesitaremos una inversión inicial para poner en marcha nuestra empresa y para sufragar los gastos tales como el alquiler y gastos del local, la publicidad y las materias primas.

Por ello pensamos pedir un préstamo al banco de 5000€.

Además aportaremos entre los tres un capital de 3100€.

PLAN DE INVERSIONES	CONCEPTO	TOTAL
Local	Alquiler del local	325€/ mes
	Fianza local	325€
	Reforma del local	2000€
Herramientas y utillaje	Ordenadores	1500€
	Destornilladores	20€
	Martillos	30€
Materias primas		1424€
Mobiliario	Material de oficina	100€
	Sillas	200€ (50€/und.)
	Mesas	240€ (80€/unidad)
	Letrero para el local	300€
Otros gastos	Gastos personal de reforma y montaje	1200€
	Agua, luz y gas	200€
	Página Web	72€
	Anuncio de radio	50€
	Carteles de publicidad	50€
	Anuncio en periódico	64€
TOTAL		8100€

PLAN DE FINANCIACIÓN	
Recursos propios	3100 €
Créditos o préstamos	5000€
Subvenciones	-
Otros	-
TOTAL	8100€

PREVISIÓN DE TESORERÍA

El plan de tesorería del **primer año**.

PERIODOS	TOTAL
Cobros por ventas	27972€
IVA repercutido	5874,12€
Aportación capital	3100€
Préstamo o créditos	5000€
TOTAL COBROS	41946,12€
Pago a proveedores por compras	6934,54€
Sueldos y salarios	14400€
Seguridad Social	10800€
Impuestos y tasas	600€
Publicidad y promoción	1968€
Alquileres	3900€
Suministros	240€
Mantenimiento y reparación	500€
Prima de seguros	300€
Gastos de transportes	360€
Intereses y devolución de créditos	1733,30€
IVA soportado	1302,15€
TOTAL PAGOS	43067,99€
DIFERENCIA COBROS- PAGOS	-1121,87€

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas + otros ingresos de explotación	27972€	35964€	35964€
+/-Variación de existencias	0	0	0
-Compras netas	6934,54€	9046,59€	9046,59€
-Gastos de personal	14400€	14400€	14400€
-Gastos externos y de explotación	0	0	0
-Dotación para amortizaciones	0	200€	500€
= Resultado de explotación (BAII)	20506,54€	30910,59€	31210,59€
+Ingresos financieros	0	0	0
- Gastos financieros	0	0	0
= Resultado antes de impuestos (BAI)	20506,54€	30910,59€	31210,59€
-Impuesto sobre beneficios	30%	30%	30%
= Resultado del ejercicio (BDII)	14354,58€	21637,41€	21847,41€

BALANCE A 3 AÑOS

BALANCE de situación a **31,12,2015**

TOTAL ACTIVO =33.122,42 _____ TOTAL PASIVO + NETO =33.122,42

BALANCE de situación a **31,12,2016**

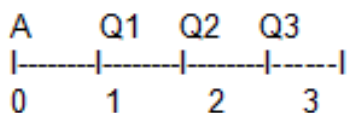
TOTAL ACTIVO =40.517,30 _____ TOTAL PASIVO + NETO =40.517,30

BALANCE de situación a **31,12,2017**

TOTAL ACTIVO =40.727,30 _____ TOTAL PASIVO + NETO =40.727,30

VIABILIDAD DEL NEGOCIO

VIABILIDAD FINANCIERA



A.: Desembolso inicial requerido por la inversión.

Qi.: Flujos netos de caja de cada período.

K.: Tipo de actualización o de descuento aplicable a la inversión.

$$VAN = \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \frac{Q_3}{(1+k)^3}$$

$$VAN = -8100 + [14354,58\text{€} / (1+0,02)] + [21637,41\text{€} / (1+0,02)^2] + [21847,41\text{€} / (1+0,02)^3] = 47.357,62 \text{ €}$$

$$PAYBACK: 1/14354,58=x/8100 \quad x=0,56$$

Es viable, ya que obtendríamos beneficios y recuperaríamos la inversión en menos de un año.

VIABILIDAD ECONÓMICA

$$\text{PUNTO MUERTO} = \text{CF} / (\text{PV} - \text{CVu})$$

CF: Los costes fijos

PV: Precio de venta

CV: Los costes variables

$q^* = 8100 / (49,95 - 12,06) = 214$ u.f. necesitamos vender para cubrir la inversión

VIABILIDAD COMERCIAL

Se realizó un análisis **Porter** y un análisis **DAFO** cuyas conclusiones indican que es comercialmente viable.

VIABILIDAD TÉCNICA

La tecnología que emplearemos para nuestros productos NOLOPIERDAS serán los chips GPS que compraremos del desarrollador. Aparte del producto físico, desarrollaremos una aplicación móvil que sea versátil y fácil de utilizar, además de una página web desde la que se podrán adquirir nuestros productos.

VIABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Nuestra empresa no tendrá repercusiones medioambientales ya que no producimos nada, sino que lo compramos. Por tanto, nuestra empresa no producirá emisiones de CO2 ni contaminará el medio ambiente.

VIABILIDAD JURÍDICO-LEGAL

Se cumplen todos los **trámites legales de constitución y puesta en marcha.**