

WEARTHY S.L.N.E



Your health our wealth

PRESENTACIÓN

Bienvenidos a nuestro proyecto, donde vamos a introducirnos en el mercado de la tecnología Wwearable, este término hace referencia al conjunto de dispositivos electrónicos que se incorporan en alguna parte de nuestro cuerpo interactuando continuamente con el usuario y con otros dispositivos con la finalidad de realizar alguna función específica, un ejemplo de estos dispositivos podrían ser relojes inteligentes o smartwatches, zapatillas de deportes con GPS incorporado, pulseras que monitorizan nuestro estado de salud... son ejemplos entre otros de este tipo tecnología que se encuentra cada vez más presente en nuestras vidas.

En resumen, nuestro proyecto va dirigido a todo tipo de personas, en especial la aplicación de camisetas biométricas ira dirigido a su uso en el deporte, estudios relacionados con este, determinados enfermos que necesiten un control cotidiano de sus parámetros de salud... pero al no estar cerrado a la invención de un único producto, cualquier tipo de modificación posterior podría implicar un cambio en el campo de demandantes.

PROMOTORES DEL PROYECTO:

J.J Gil Díaz-Maroto. Experto en marketing, relaciones internaciones y captación de clientes. Trato de gente y conocedor de contactos.

Alberto Ruber. Experto en todo lo relacionado con el mundo del deporte y la salud aplicada a este. Conoce los deportes en los que nuestros productos podrían ser introducidos.

Daniel López Blesa. Experto en las tecnologías de último modelo relacionado con el mundo del wearable. Esta siempre pendiente de cualquier evolución que presenta el mundo de la tecnología

EL ORIGEN DE NUESTRO NOMBRE

El nombre de nuestra empresa era Wearable Healthy debido a que nosotros no vendemos prendas de vestir o accesorios estéticos, sino "salud posible".

Es decir tipos de accesorios las cuales nos permitan vigilar las constantes de nuestra salud. Debido a que nuestro principal nombre era el citado previamente finalmente hemos decidido crear un acrónimo y darle el nombre de Wearthly.



WEARABLE + HEALTHY = WEARTHY

¿CÓMO SURGIÓ NUESTRO LOGOTIPO?

Tras la realización de varios bocetos e ideas para adoptar nuestro logo hay que reconocer que atravesamos varias dudas sobre cual podría ser el más adecuado pese a ello no adoptemos un único logotipo si no que adoptamos dos, todos ellos surgidos de la fusión de nuestros bocetos.

Finalmente esto son los dos logos que WEARTHY ha adoptado.



¿POR QUÉ ELEGIR ESTE PROYECTO? ¿ES VIABLE?

La elección de nuestro producto es debida a que de los tres jóvenes emprendedores que somos, dos de nosotros hemos tenido relación con el deporte a un gran nivel, uno de nosotros incluso a nivel internacional, por ello, la creación de nuestro producto wearable ya que estamos concienciados de lo importante que es la salud y sobre todo en este campo, por ello decidimos la puesta en marcha de un producto que nos permitiera controlar la salud de todos aquellos que hacen un determinado ejercicio físico a un buen nivel o tiene un serie de limitaciones físicas y necesitan estar presentes de sus constantes vitales frecuentemente al realizar cualquier tipo de actividad.

Además no solo únicamente será el hecho de medir datos de salud sino que también orientaremos nuestros productos hacia otros campos como accesorios de llevar puestos, pulseras, relojes, collares... que permitan medir determinadas cosas como los km que se hacen, la temperatura corporal.....

Respecto a la viabilidad de nuestro producto somos la única empresa que ofrece este servicio, al menos en nuestra ciudad y el producto no está totalmente desarrollado a nivel nacional, además tenemos un hueco de mercado ya que no existen productos similares directamente, el producto wearable es una tecnología que está teniendo mucho eco a nivel mundial, tenemos un nicho de mercado amplio donde tenemos productos que no han sido creados

EL ENTORNO DE NUESTRA EMPRESA

Entorno general:

1. Factores políticos-legales

A) sistema institucional:

No le puede perjudicar inclusive puede ser beneficiario.

B) Ideologías y partidos políticos relevantes:

Se prima el autoempleo, a lo mejor se darían unas subvenciones si fueran una tecnología innovadora como la nuestra.

C) La estabilidad y riesgos políticos:

En España hay estabilidad política ya que es una democracia y el único cambio es por las elecciones.

D) El marco exterior:

Estamos dentro de la Comunidad Europea y hay acuerdos internacionales entre el norte, sur, este y oeste. Se entiende a entablar relaciones comerciales con China y Japón.

E) La legislación que afecta a la empresa:

Hay unas normas fiscales que son las tasas, las contribuciones especiales y los impuestos directos que son las rentas de las personas físicas el IRPF, impuesto de sociedades, impuesto de actividades económicas) y entre los indirectos se encuentran impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITPAJD) y el impuesto sobre el IVA.

También hay unas normas mercantiles que se encuentran en el código de comercio y otras leyes complementarias (ley de marcas, ley de defensa de la competencia, ley de publicidad) deben de seguir el plan general de contabilidad, llevar una contabilidad ordenada y cronológica, conservar durante 6 años los libros, correspondencia y justificantes.

Otras normas que son las laborales que la norma básica es el Estatuto de los Trabajadores y posibles convenios a nivel sectorial, provincial, local. Las obligaciones del empresario hacia el trabajador según los contratos existentes, afiliarlos a la SS, comunicar altas, bajas, pagar cuotas empresariales, respetar el calendario laboral, pagar nóminas y retener el IRPF, y poner riesgos para la prevención de riesgos laborales.

2. Factores sociales y demográficos

A) Valores y creencias básicas de la sociedad:

A nivel ecológico se reciclarán los chips a igual que las pulseras que estén dañadas.

B) Las modas y los estilos de vida:

Nuestro logotipo valora el valor de la vida.

C) Las variables demográficas:

En nuestro caso es independiente la edad de las personas porque se puede poner tanto a personas desde que nacen hasta personas ancianas.

3. Factores tecnológicos:

Productos de nueva tecnología: va a utilizar sensores y aparatos de medición de última tecnología y de gran precisión, se necesitara un estudio y un desarrollo de materiales alto.

4. Factores económicos

Son los que influyen en la producción, distribución y consumo del producto.

El aumento de la renta disponible por los particulares incrementa su capacidad de consumo lo cuál favorece la posible venta de los productos wearable, en caso contrario sucedería al revés. Si disminuyen los impuestos sobre la empresa también aumentarán los beneficios. Incremento de los precios aumenta el coste de los factores haciendo que la empresa sea menos competitiva que otras no tan afectadas. El desempleo y la inflación pueden influir en mayor o menor éxito. Unas mayores facilidades para obtener financiación, por ejemplo unos tipos de interés bajo, ayudas o subvenciones, pueden ser un factor positivo.

ANÁLISIS DAFO:

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats)

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none">-Elaborada construcción-Elevado coste-Carencia de experiencia en la gestión y administración de empresas	<ul style="list-style-type: none">-Somos emprendedores jóvenes muy motivados y con una gran diversidad de ideas en mente.-Mucha aceptación del cliente dado que cada vez más se ha generalizado la práctica del deporte al ser saludable-Somos un negocio pequeño por lo que podemos cambiar fácilmente y adaptarnos
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">-Nos pueden plagiar la idea mas adelantePoca difusión de publicidad-Poco poder negociador frente a nuestros clientes y proveedores	<ul style="list-style-type: none">-Producto nuevo e innovador.-Es un servicio útil, que si gusta a nuestros clientes normalmente lo recomendarían a amigos, familiares, etc.-Posibilidad de innovar con esta empresa.

MATRIZ DE IMPACTOS:

	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<u>OPORTUNIDADES</u>	<ul style="list-style-type: none">-SITUACIONES POSITIVAS-ESTRATEGIAS OFENSIVAS	<ul style="list-style-type: none">-SITUACIONES INCIERTAS-ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA
<u>AMENAZAS</u>	<ul style="list-style-type: none">-SITUACIONES INCIERTAS-ESTRATEGIAS DEFENSIVAS	<ul style="list-style-type: none">-SITUACIONES NEGATIVAS-ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN

¿TENEMOS COMPETENCIA? SÍ, PERO PODEMOS VENCERLA...

*** Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales:**

Al ser una nueva tecnología que lleva poco tiempo en el mercado, tenemos poca rivalidad con la competencia ya que nuestro producto se asemeja en cierto modo a las camisetas biométricas, productos que puedan ser llevables y sirvan para medirnos algún parámetro relacionado con nuestra salud.

*** Amenaza de entrada de nuevos competidores:**

No se espera la entrada de nuevas empresas en nuestro sector, ya que aun no se tiene un conocimiento pleno de este mercado, pero uno de los riesgos a los que estamos expuestos es que si el proyecto sale bien y es rentable, nuevas empresas seguirán nuestro modelo proyecto y podrían introducirse en el mercado y hacernos competencia

*** Amenaza de productos sustitutos:**

No creemos que tengamos problemas con productos sustitutos, aunque claro que los parámetros de salud que nuestros aparatos miden pueden ser comprobados perfectamente con otros aparatos, pero puesto al público que nos dirigimos, deportistas, enfermos, gentes con determinados problemas de la salud y gente relacionada con intereses sobre de estudios médicos, sería difícil la entrada de productos sustitutos

*** Poder de negociación de los proveedores:**

Los proveedores eligen el precio del producto, ya que somos una pequeña empresa que está empezando, además nuestros recursos requieren de cierta tecnología.

*** Poder negociador de los clientes:**

Nuestro producto iría dirigido a un público reducido, la aplicación a enfermos, deportistas, estudios médicos.... por lo tanto depende si el cliente es uno único, que tendrá poco poder de negociación, o un conjunto que compre al por mayor que tendrá un poder mayor de negociación

NUESTRA ESTRATEGIA

La estrategia competitiva que seguirá nuestra empresa será la

diferenciación del producto,

ya que en este momento no se encuentra en el mercado ningún artículo de estas características, nuestro producto se asemeja a las camisetas biométricas y productos wearable que ofrecen mediciones exactas, al segundo volcando esos resultados a un sistema tecnológico que puede ser una app, web o un microchip que pueda ser introducido en el ordenador, a partir de los resultados obtenidos por el wearable.

La diferenciación del producto significa que se tiene una clara orientación hacia los mercados y a atender las necesidades y características del consumidor. Hay algunos métodos para saber diferenciar el producto con sus competidores, como la tecnología, la imagen de marca, el diseño o el servicio de postventa. Aunque esta estrategia también tiene algunos riesgos: es difícil mantener la lealtad de la marca por parte de los clientes si la diferencia entre precios del competidor con estrategias de costes es muy amplia, y los procesos de imitación limitan los efectos de la diferenciación.





NUESTRA LOCALIZACIÓN

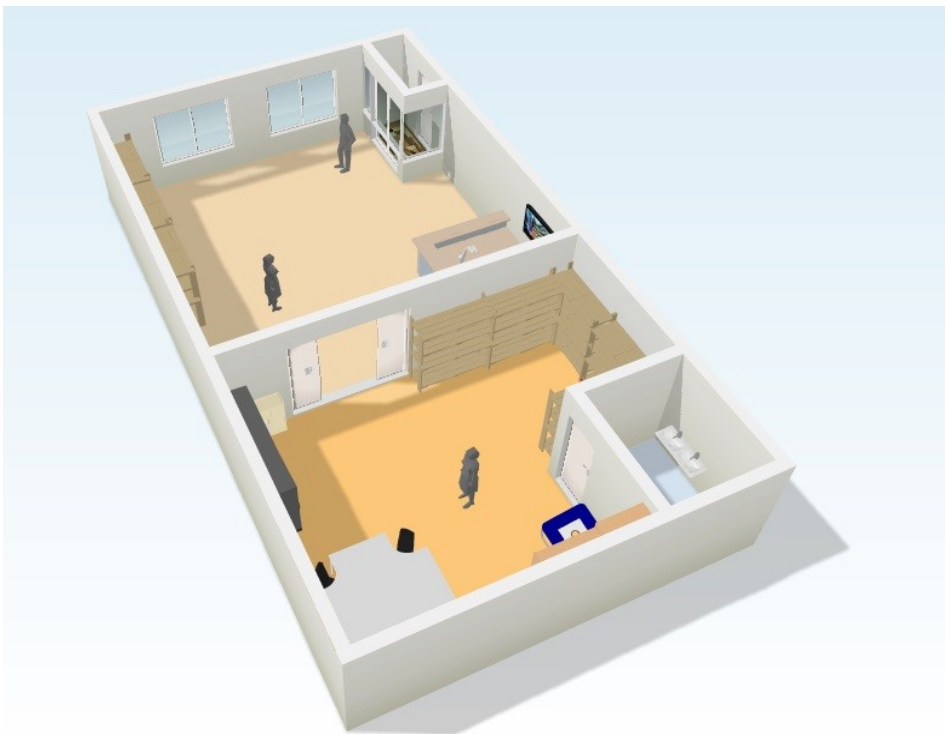
UBICACIÓN DEL LOCAL:

Nuestra localización se sitúa en la Plaza San Miguel, en el centro de Zaragoza, esto es un factor que nos beneficiará fuertemente debido a la cantidad de gente que circula por ese área.



PLANOS INTERNOS DE NUESTRO LOCAL.

Estos son los planos que hemos realizado para realizar la reforma de nuestro local.



ORGANIZACIÓN DE NUESTRA EMPRESA



NUESTROS EMPLEADOS

Contratación:

Para todos nuestros trabajadores vamos a realizar **contratos indefinidos**, pues no es conveniente una rotación del personal que ocupa el puesto, y los empleados trabajan más motivados con este tipo de contrato. Aunque el contrato es indefinido, incluye un periodo de prueba de 15 días. Además Wearthly va a contratar trabajadores de jóvenes edad y con fuerte potencial de futuro (saber hablar inglés será una condición de las que no se pueda prescindir para la contratación, Nivel mínimo B1) , para fomentar el trabajo en el sector joven de la población.

Formación:

Para los puestos de asesor de ventas de la tienda es necesaria una formación mínima de bachillerato y B1 de inglés. se valoraran muy positivamente estudios superiores a estos y capacidad de don de gentes ya que tendrá que pasar un entrevista previa(inglés y español) y un periodo de 15 días de prueba.

Selección:

Como somos una empresa pequeña, recién creada y con carácter casi familiar, el Director Gerente **entrevistará** a los candidatos personalmente en las oficinas de WEARTHY.

En esa entrevista, primeramente se le expondrá a los candidatos en qué consiste el puesto exactamente, y si lo aceptan (contamos con que muchos no lo hagan), se mantendrá una conversación en tono informal para averiguar todo lo posible acerca del aspirante. Si todo sale según lo previsto, se firmará el contrato allí mismo, y si quedan dudas pero podría valer para el puesto, se esperarán unos días en espera de un candidato mejor.



HORARIO Y RETRIBUCIÓN

En la medida en que son los principales interesados en el éxito de WEARTHY, los promotores no reciben un sueldo fijo, ni tienen horarios: trabajan lo que haga falta para que la empresa salga adelante.

WEARTHY va a abrir 69 horas a la semana, de 10:00 a 21:00 de lunes a viernes, y de 11:00 a 20:00 los sábados, por tanto entre los tres empresarios tenemos que repartirnos fraternalmente el horario como convenga.

Cabe destacar que la coordinación de los empresarios va a ser vital ya que es necesario que haya siempre alguien en la empresa, por lo que si al que le toca trabajar no puede acudir, otro miembro del personal debe estar siempre preparado para suplir su falta inmediatamente.

Respecto a la retribución va a ser a partes iguales al comienzo del proyecto con la condición de que todos empresarios estemos dispuestos a poner todo

nuestro sacrificio y empeño en la gestión y funcionamiento de nuestro proyecto. Conforme observemos el aumento de los ingresos podremos entablar más o menos una retribución estable dependiendo del trabajo que quiera realizar cada uno.

BALANCE SOCIAL

El primer aspecto a comentar de la responsabilidad social de WEARTHY es la estabilidad laboral, ya que ofrecemos contratos fijos a todos nuestros trabajadores, y si rinden como se espera de ellos y la empresa prospera, no llevamos idea de despedir a nadie, sino de aumentar los sueldos.

Aunque no queremos caer en el arqueo tipo de "la empresa del rollo" cuya eficiencia es discutible, sí que permitimos a los empleados participar en la gestión de la empresa con sus opiniones y sugerencias, máxime al ser jóvenes emprendedores. Esta participación es un incentivo para nuestros trabajadores. Para nosotros no son simples herramientas que hablan, son personas para quienes el trabajo representa un buen porcentaje de su tiempo, y que queremos que estén a gusto. Queremos contribuir a su formación no sólo como trabajadores, sino como personas.

En términos ambientales, nuestra empresa tiene poco que decir exclusivamente el transporte y la poca contaminación que produce la creación de nuestros productos, nuestro nivel de contaminación es por tanto de bajo nivel. Sin embargo, WEARTHY ha ayudado al entorno estableciéndose en un edificio moderno, que controla mucho mejor el gasto de energía, la eficiencia térmica y el gasto de agua que en un edificio antiguo.

En Wearthly somos conscientes de la nueva mentalidad medioambiental de la sociedad. Por lo que utilizaremos bolsas biodegradables, además del uso de ciertos medios de transporte eléctricos con el fin de cuidar el medioambiente.

A la hora de la aplicación del resultado (reparto de beneficios), un 3% irá destinado necesariamente a fines sociales y por la integración social, Además

de fines que tengan que ver con el deporte, esta cifra podrá aumentar en años dependiendo de nuestro beneficios, pero nunca disminuir.

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

La seguridad es muy importante en una empresa que comercia con materiales de última tecnología, por ello nuestra empresa estará dispuesta a la contratación de una alarma conectada las 24 horas con la policía y con los bomberos, para cualquier tipo de incidente que pudiera surgir.

La higiene también es un axioma para nosotros. Al no existir maquinaria pesada ni otras herramientas o procesos que produzcan suciedad o desperfectos, es de esperar que la higiene dentro del local y de la oficina sea máxima. De cualquier modo, entre los tres integrantes de la empresa crearemos turnos de limpieza del local.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

COMPETENCIA

Competitividad.

1. f. Capacidad de competir.
2. f. Rivalidad para la consecución de un fin.

Competencia

Rivalidad, oposición entre quienes aspiran a conseguir lo mismo: competencia entre los solicitantes de un empleo.

Grupo de personas o de entidades que ejercen la misma profesión o actividad que otras: hundiremos a la competencia con nuestros precios

Estas son las definiciones que da la RAE sobre los términos de competencia y competitividad, la competencia existente en el mercado debe ser competida mediante la competitividad, para ello elaboraremos productos innovadores e intentaremos que su precio sea el mínimo que nos permita obtener unos beneficios que a su vez se revierta en la propia empresa para poder seguir desarrollándola en su actividad empresarial concreta.

Los competidores que podría tener nuestra empresa, serían todas las marcas top del mercado, las cuales si nuestro negocio prosperara, adoptaría unos procedimientos similares a los nuestros, incorporando a sus camisetas los mismos sensores que utilizaría nuestra empresa e incluso copiando nuestros demás accesorios. Así, las marcas punteras como Nike, Adidas o Joma, ropa deportiva para corredores, podrían ser uno de nuestros principales competidores, debido a la gran fuerza que tienen dentro del mercado.

Otro posible competidor, sería si nuestra idea triunfa, y un gran inversor creara una nueva empresa y entrara al mercado, lo que supondría un nuevo competidor.

CLIENTES

-Área geográfica:

Pretendemos cubrir el sector de Zaragoza, ya que seremos la única tienda de productos wearable en la ciudad además a través de la tienda online intentaremos distribuir nuestro producto por toda España. Hemos elegido Zaragoza porque es la ciudad donde residen las promotoras de Wearthly, además conocemos su mercado debido a que hemos es donde nos hemos criado y hemos investigado a cerca de ello. En esta ciudad existe una población joven y deportista, además de varios club de deportes como fútbol, atletismo, baloncesto... y además diversos estudios médicos con los que al igual que los clubs de deporte tenemos buena relación y podemos tener más capacidad para vender nuestro producto al tener diversos contactos. Al ofrecer las ventas online podemos llegar a ampliar nuestra área de mercado a otros países. Contra mas ampliemos nuestro mercado más posibilidades tenemos de crecer, pero primero tenemos la idea de explotar el mercado de Zaragoza y si este fructifica ampliaremos nuestro producto a nivel nacional.

-Nuestros clientes:

Nuestros futuros clientes son cualquier persona que esté interesada en el mundo del deporte en relación con la salud. Nuestros compradores son aquellos que quieran tener un estilo de vida saludable y no les importa gastarse dinero en temas relacionados con su salud. Además determinadas personas que pueden llegar a tener problemas de salud y necesiten tener medidas sus constantes vitales pueden ser compradores potenciales de

nuestros productos, por eso, no descartamos la posibilidad de establecer una rama de nuestros productos destinada a su aplicación médica.

-Segmentación:

A causa de que nuestros clientes puedan ser un poco selectos, podríamos elaborar una segmentación de mercado, aunque nuestro producto pueda ser comprado por todo tipo de personas, a las que más nos dirigiremos serán aquellas que estén en torno 16-50 años que se encuentren en facultades de realizar deporte y que quieran llevar un estilo de vida saludable porque son las que más interesadas puedan llegar a estar en este tipo de productos, además todas aquellas como ya hemos nombrado.

PLAN DE MARKETING

Nuestro producto es cualquier tipo de accesorios wereable y sobre todo las camisetas, biométricas pero de un modo personalizado al gusto del cliente. La necesidad de nuestro producto es la de que nuestros clientes se vistan como ellos quieran.

La diferencia con las demás empresas es que ofrecemos la posibilidad de personalizar nuestra ropa y que se puede hacer a través de Internet. Como inconvenientes encontramos que ya hay empresas que se dedican a la distribución de ropa y además nuestra marca no es conocida.

Ya que existen bastantes empresas de distribución de ropa, pensamos que a lo mejor podríamos llegar a un acuerdo para hacer ropa de esa marca en concreto pero con nuestro servicio de personalización.

Nuestra empresa se llamará WEARTHY y la marca será igual, hemos escogido este nombre porque así verán que es una marca identificativa nuestra. En algún lado del producto, pondremos nuestro logotipo para identificarlo, posiblemente en la etiqueta que suelen llevar todos los productos.

La calidad: Los productos que vamos a ofrecer serán confeccionados al gusto del cliente ya sean adolescentes como niños.

En cuanto al diseño, será variado ya que cada cliente tendrá la oportunidad de elegir los rasgos de la ropa que va a comprar.

El tamaño dependerá de la edad y talla que lleve esa persona .

La etiqueta será una marca de identificación de nuestra ropa, ya que posiblemente pondremos el logo de nuestra empresa en ella.

◇ **Precio**

Nuestra política de precios será empezar con precios bajos (pero suficientes para obtener beneficio) para llegar al cliente y más adelante cuando tengamos unos clientes fijos aumentarlo ligeramente.

Al principio no ofreceremos incentivos debido a la política que hemos decidido, porque sino podríamos perder dinero, pero más tarde, a los clientes más habituales les ofreceríamos una serie de descuentos y promociones, con el fin de captar esta serie de clientes y que ayuden a nuestra publicidad.

◇ **Comunicación**

Como tipo de promoción usaremos la publicidad a través de Internet y revistas sobre moda. En cuanto a Internet, lo haremos con anuncios en redes sociales tipo Facebook o Tuenti y algún anuncio en Google y sobre las revistas, en revistas de moda en sección infantil-juvenil.

En un principio, nuestros gastos serían nulos ya que publicitarse con perfiles en las redes sociales es gratis, aunque más adelante si obtenemos beneficios tendríamos costes por el personal que repartirá folletos, a los que les pagaríamos 4 euros por hora, trabajando 8 horas diarias, con unos horarios bien repartidos, con lo que cobrarían 32 euros al día.

Dentro de la tienda tendríamos tarjetas de presentación donde aparecería el número de teléfono de la tienda, junto con alguna imagen explicando de qué va nuestro producto o alguna de las promociones puntuales que haremos.

NUESTRAS TRAJETA



Your health our wealth

◇ Promoción

Lo promocionaríamos en los meses de Enero y Abril-Mayo. En Enero debido a los excesos alimenticios de las fiestas navideñas la gente necesita recuperar su figura y querrá hacer deporte por lo que sería un buen momento para ofrecer nuestro producto. Por otro lado, antes de la llegada del verano se promociona la famosa "operación bikini" por lo que también aprovecharemos para captar clientes.

Crearemos un anuncio que será publicado en Internet, además de una cuenta en Twitter donde informamos de grandes ofertas, descuentos y donde los clientes dan su opinión acerca del producto, también disponemos de una página Web oficial donde los particulares realizaran la compra, además de calificar nuestros productos y su calidad si lo desean. Además podríamos darnos a conocer publicitando a algún equipo, eventos o nuevos proyectos, todos en el ámbito deportivo.

◇ Canales de distribución y venta

Vamos a ofrecer nuestros productos de dos formas diferentes:

La distribución del producto como ya hemos explicado, es decir, nuestros productos podrán ser vendidos a través de nuestra página web vía online y también en los centros en cuales también haremos publicidad. Podremos vender directamente al consumidor si, como ya hemos explicado, tuviéramos que hacer un producto wereable especial para algún cliente; les llegarán directamente a su casa si las han comprado vía online o también podrán adquirirlas en los centros de salud. Nuestro distribuidor será la encargada del área comercial, que entregará los pedidos que sean de la misma ciudad; si los productos tuvieran que entregarse fuera de la ciudad donde está la empresa, nuestro distribuidor sería correos. Nuestra encargada del área comercial será nuestra agente comercial.

PROVEEDORES

Los encargados de proporcionarnos todos los productos necesarios para nuestro servicio son:

-La empresa Tribord: se encargará de ofrecernos las camisetas de licra, para que se ajusten al cuerpo y se pueda medir mejor los resultados proporcionados por los sensores de nuestro producto.

-Los productos electrónicos, los compraremos vía internet en la página web www.dnaomega.com

-Seal sea; Se trata de una empresa especializada en este tipo de instalaciones. Situada en la calle Alcañiz que se encargara de montarnos el aire acondicionado, la calefacción y los baños.

-En cuanto al material electrónico (ordenadores) nuestros proveedores serán Fnac debido a su buena garantía y eficacia.

-La compra de el mobiliario (mesas, sillas, baño, mostrador, armarios, etc.) hemos decidido la tienda IKEA, (situada a pocos kilómetros de Zaragoza) y contando en su almacén con infinidad de todo tipo de productos de cara a amueblar y preparar el local. IKEA nos ofrece productos resistentes, ligeros, prácticos, baratos y de gran calidad y durabilidad.

Costes:

Costes Indirectos

Mobiliario	Descripción	Unidades	Precio(€)	Total(€)
	Mostrador CONECT	1	700,00 €	700,00 €
	Puerta Almacén	1	40,00 €	40,00 €
	Silla Mostrador IKEA	3	29,00 €	87,00 €
	Retrete	1	70,00 €	70,00 €
	Lavabo IKEA KATSKAR	1	75,00 €	75,00 €
	Aparador IKEA LARTOP	2	259,00 €	518,00 €
	Escritorio Alve	1	269,00 €	269,00 €
	Estantería NYBYGE	1	239,00 €	239,00 €
	Silla Giratoria Moses	1	39,95 €	39,95 €
	Vitrina VIATORP	2	335,00 €	670,00 €
Material Electrónico				
	Ordenador Samsung R-519J	2	381,75 €	763,50 €
	Caja Registradora	1	100,00 €	100,00 €
	Climatizador DAIKIN	1	500,00 €	500,00 €
Gastos				
	Agua	1	30,00 €	30,00 €
	Luz	1	123,00 €	123,00 €
	Gastos de Constitución	1	800,00 €	800,00 €
Total(€)	14.024,45 €			

Todos los productos han sido comprados en Ikea.

Precio por la producción de uno de nuestros productos.

PRODUCTO	PRECIO INICIAL	MATERIAL	PRECIO MATERIALES	PRECIO VENTA
CAMISETA	2.5 €	SENSORES	24€	50€
PULSERA	2€	SENSORES	22€	45€

Plan económico financiera

El plan económico-financiero es básico para valorar la rentabilidad potencial del proyecto por ello es una parte imprescindible.

- PLAN DE INVERSIONES

Aquí está nuestra previsión del número de máquinas, utensilios, vehículos e instrumentos que necesitaremos para nuestra empresa.

- PLAN DE FINANCIACIÓN

Estos son nuestros recursos económicos personales, el dinero y los recursos que podríamos conseguir (entidades de crédito, Administración Pública...) y los plazos de devolución de estos.

PLAN DE INVERSIONES	ESPECIFICACIÓN	TOTAL
Edificios, locales y terrenos	-	-
Equipos procesos información	2 ordenadores	1200 euros
Instalaciones	Decoración , reformas y puesta en marcha local	2000 euros
Elementos de transporte	-furgoneta	3000 euros
Herramientas y utillaje	-	-
Mobiliario y enseres	estanterías, mesas y sillas	500 euros
Derechos de traspaso/Patentes, marcas	-	-
Depósitos y finanzas	-	-
Gastos de constitución		350 euros
Materias primas	Camisetas (600)	1500 euros
Otros gastos	-	-
Aplicaciones informáticas	Web empresa (hecha por nosotros)	100 euros
TOTAL		8650 euros
PLAN DE FINANCIACIÓN		
Recursos propios	Lo aportado	5150 euros
Créditos o préstamos		
Subvenciones	-	3500 euros
Otros	-	-
TOTAL:		8650 euros

PREVISIÓN DE TESORERÍA

PERÍODO	1º Cuatrimestre	2º Cuatrimestre	3ª Cuatrimestre	TOTAL ANUAL
Cobros por ventas o por servicios realizado	5000.€ (venta aprox de una 100 camisetas)	7500€(venta de unas 150 camisetas aprox)	15000€ (venta de unas 300 camisetas)	27500€
Cobros por IVA repercutido	1050€	1575€	3150€	5775€
Aportación capital	5150€			
Préstamo o créditos		-	-	
Subvenciones	4000€	-	-	4000
Otros	-	-	-	-
TOTAL DE COBROS	12600€	9075€	18150€	39835€
Pago a proveedores por compras	1500	200	200	
Sueldos y salarios	3000	3000	3000	
Seguridad Social	300	300	300	
Impuestos y tasas	400	500	500	
Comisiones	850	850	850	
Servicios bancarios o similares	250	350	350	
Publicidad y promoción	100	550	550	
Alquileres	2000	2000	2000	
Suministros	600	500	400	
Mantenimiento y reparación	100	80	70	
Servicios exteriores	-	-	-	
Prima de seguros	200.	200	200	
Gastos de transportes	-	-	-	
Pagos por inversiones	150	150	150	

Intereses y devolución de créditos	350	350	350	
Proveedores de activos fijos	-	-	-	
IVA soportado	1816,5	9030	1862,7	
Otros gastos	-	-	-	
TOTAL PAGOS	11616,5	10926,3€	10728	33324,7
DIFERENCIA : COBROS - PAGOS	984€	-1851€	7417€	6540
NECESIDAD ADICIONAL O SOBRANTE DE FONDOS		1851		

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL

	Año 1°	Año 2°	Año 3°
VENTAS BRUTAS TOTALES	27500€	32725€	36575 €
Menos:	-	-	-
-Descuentos	-	-	-
	-21%	-21%	-21%
-IVA	250	350	300
-Devoluciones			
VENTAS NETAS	21475€	25502€	24936€

Menos:	5500€	8200	9500
Costes de las ventas:	7440	14400	14400
-Materias primas	1900	1900	2000
-Mano de obra directa			
-Gastos directos de fabricación			
MARGEN BRUTO	6635€	8225€	7985€
Menos:			
Gastos comerciales	1650	1550	1550
Gastos administrativos	1050	1000	1000
Gastos generales	1500	1725	1450
Gastos de puesta en marcha:	1900	1900	1900
-Desarrollo de producto	500	450	475
-Materiales	1525	1600	1610
-Gastos legales de constitución			
RESULTADO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	13350€	25852.75€	26769.15€
Menos:	14150	6872.25	7115.85
Intereses y cargas financieras			
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	13350€	25852.75€	26769.15€
Menos:	14150	6872.25	7115.85
Previsión para impuestos			
BENEFICIO NETO	27500€	32725€	33885€

BALANCE

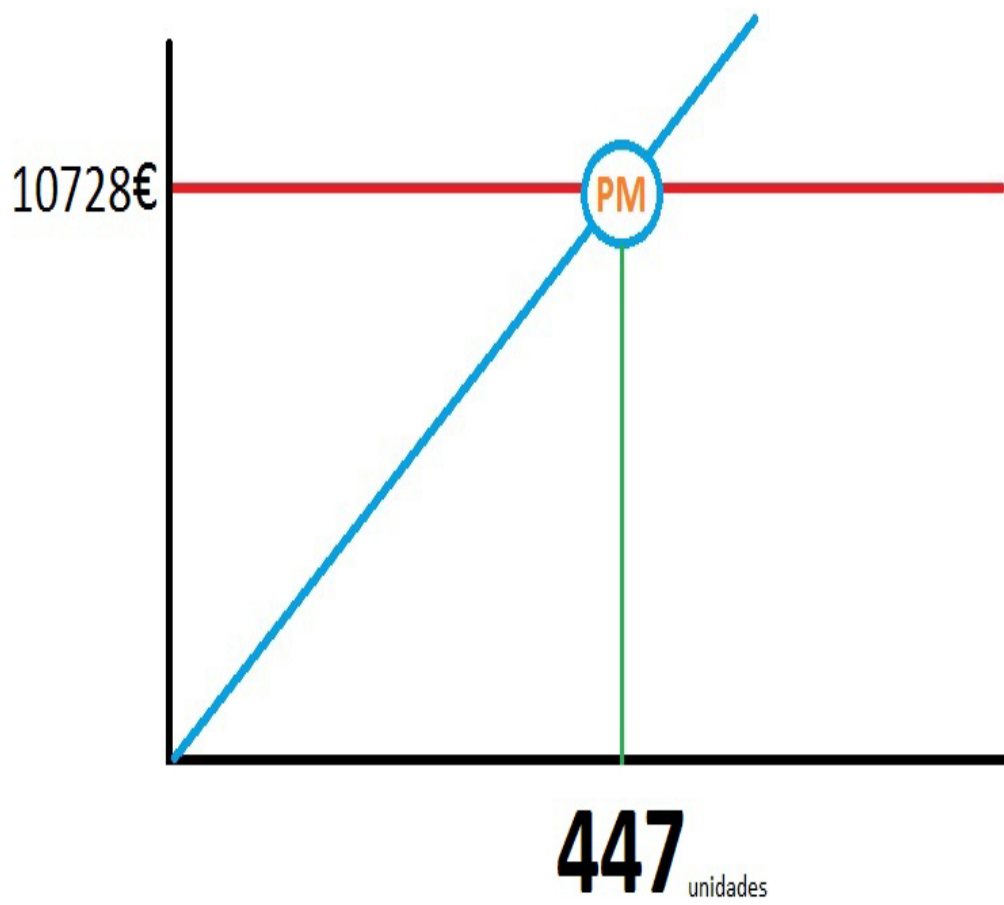
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	-	-	-
Equipos procesos información	1200	1500	1500
Mobiliario	400	400	400
Aplicaciones informáticas	800	2500	2500
ACTIVO NO CORRIENTE BRUTO	2800	4400	1900
Amortización acumulada	270	440	710
ACTIVO NO CORRIENTE NETO	2673	3960	1190
Realizable (clientes y deudores)	300	1000	300
Caja y bancos	28610	32165	37295
ACTIVO CORRIENTE	28610	32165	37295
TOTAL ACTIVO	31300	37125	38785
Capital social	3000	3000	3000
Reservas	600	1200	1800
Resultados del ejercicio	27500€	32725	33885
PATRIMONIO NETO	31100	36925	38685
PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-
Proveedores	100	200	100
PASIVO CORRIENTE	100	200	100
TOTAL PASIVO	31300	37125	38785

UMBRAL DE RENTABILIDAD

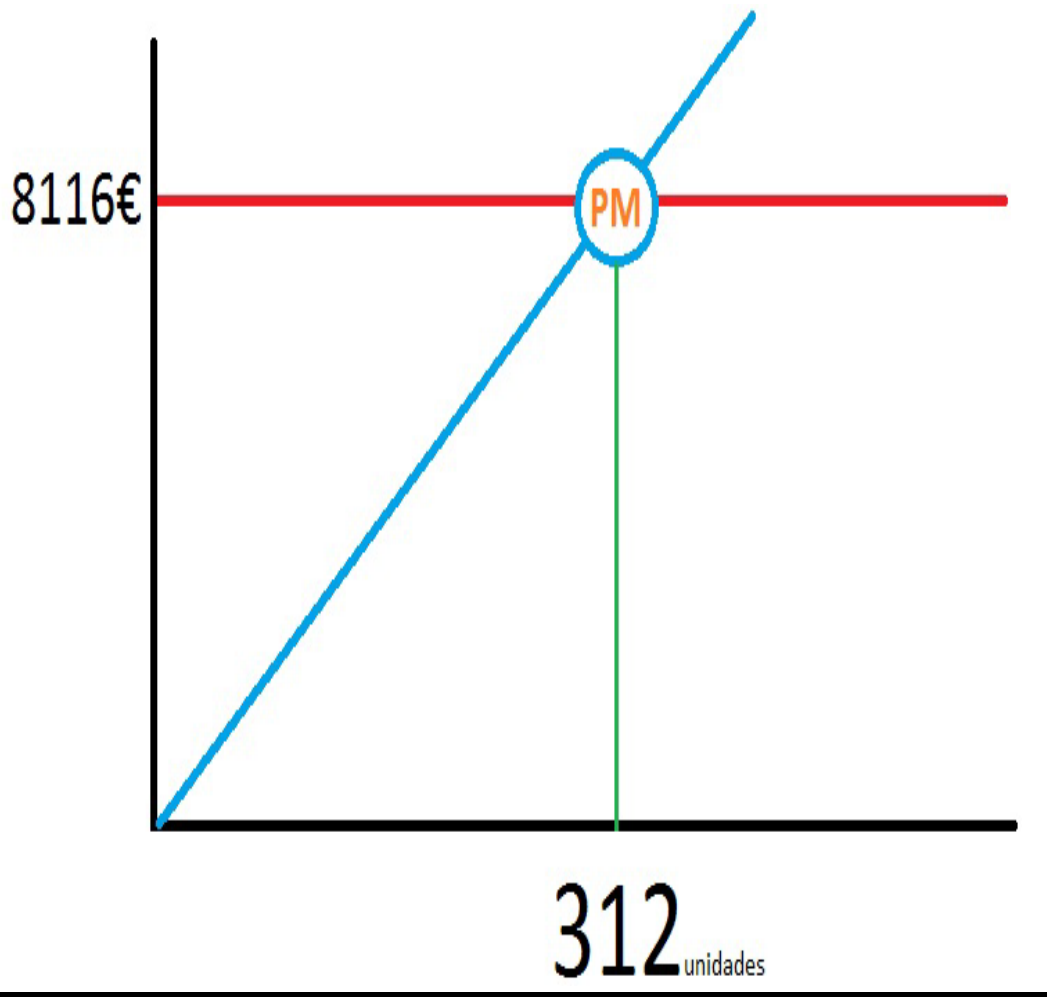
Punto muerto=CF / (PV * a)

Punto muerto= 29324,7 / (50-29) =1388 unidades que debemos vender para sufragar gastos.

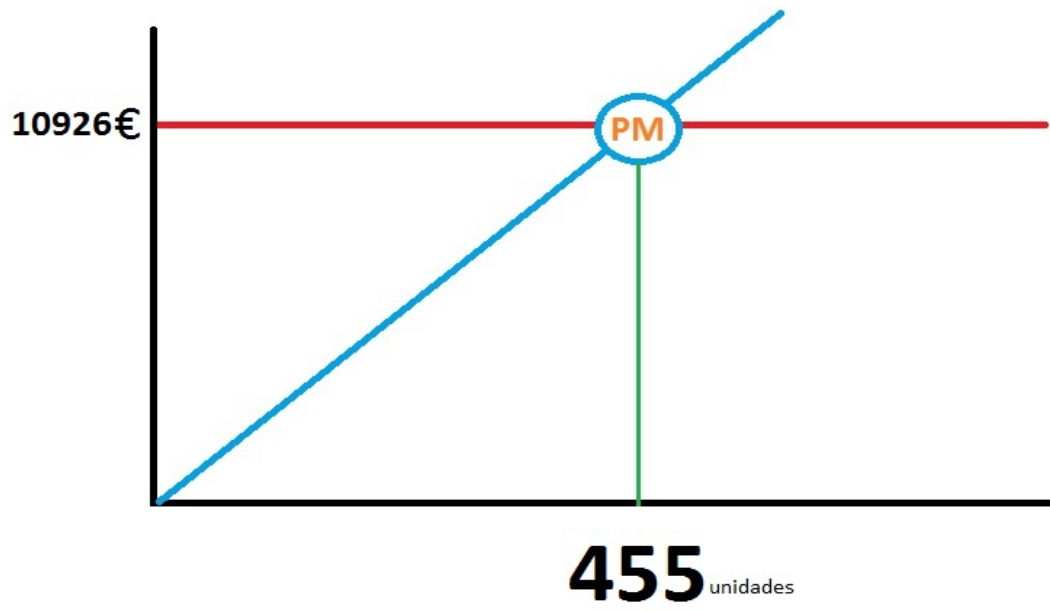
Resultado del primer trimestre



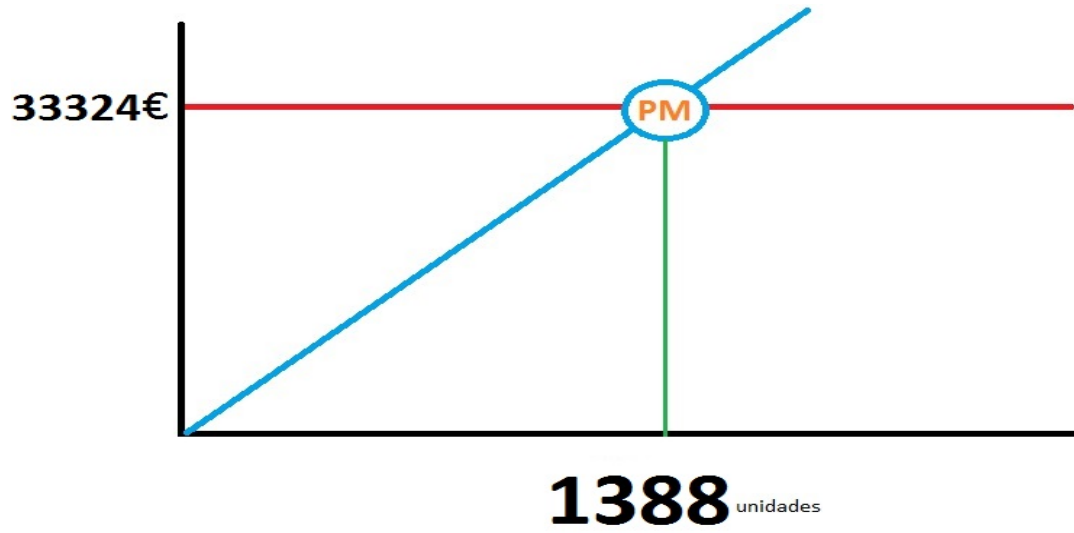
Resultado del Segundo Trimestre.



Resultado del tercer trimestre:



Resultado al final del año:



PARA MÁS INFORMACIÓN

Consultenos en Twitter en @wearthyslne. O mandenos un correo electrónico de empresa a wearthyslne@gmail.com. Estamos a su entera disposición.

<https://twitter.com/WearthySLNE?lang=es>

Your health our wealth

MUCHAS GRACIAS POR
CONFIAR EN NOSOTROS.

