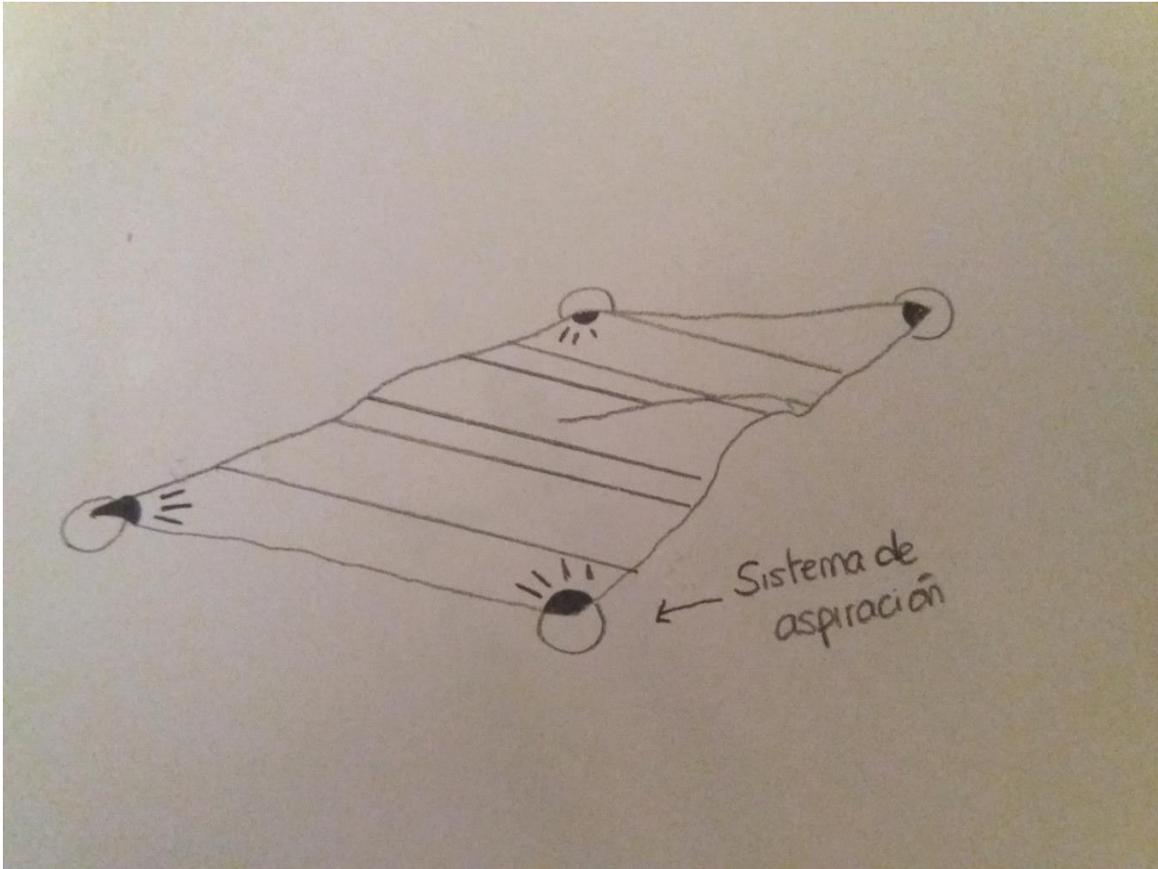


# TOALLAS SFORZO



Mónica Álvarez

Natalia Pineda

María Quintana

Helena Delgado

# Toallas Sforzo

Nuestra empresa ha querido innovar en comodidad planteando un producto, para todo tipo de clientes, el cual se basa en una toalla con un equipo de aspiración incorporado para poder aspirar la arena o cualquier otro elemento que nos moleste.

Este equipamiento es casi invisible a los ojos y no es incomodo puesto que es pequeño pero potente en el trabajo de aspirar.

Este producto lo que desea es desarrollar notablemente la comodidad y el bienestar de los clientes que utilicen nuestras toallas.

# 1.Proposición de valor

SFORZO es una nueva empresa innovadora creada por un grupo de jóvenes emprendedores con la intención de crear nuevos productos a toda la sociedad para favorecer su comodidad.

Nuestro último producto, una toalla de playa que lleva incorporada un mecanismo de aspiración que consiga aspirar la arena de manera que la toalla este limpia y sin arena en cualquier momento, para que así, nuestros clientes puedan estar cómodos en todo momento sin ninguna molestia.

Nosotros nos fijamos en la calidad-precio por lo que ofrecemos un producto de alta calidad con costes bajos, para que todo el público desde los más bebés sea beneficiario y pueda disfrutar de nuestro producto.

Nos diferenciamos de la competencia con nuestra novedad y personalización puesto que cada toalla llevará unos diseños únicos que solo nuestra empresa ofrece al mercado para el gusto de todos los consumidores.



## 2. Segmentación de mercado

Aproximadamente casi todo el mundo goza de unas vacaciones y de unos momentos de relax en los cuales se necesitan satisfacer unas necesidades para aportarnos la mayor comodidad posible.

SFORZO ha visto esta característica como una característica homogénea y ha decidido desarrollar este producto.

Para nuestra empresa, los clientes siempre son el núcleo de nuestras ideas. Todas ellas giran en torno a éstos preguntándonos como querrán los productos, como se sentirán más cómodos...etc.

Nuestro producto se dirige a todo tipo de grupos de clientes, tanto jóvenes como adultos. Gente que necesite comodidad en su vida y que podamos satisfacer notablemente sus necesidades.

No nos condicionamos con la edad de los clientes ya que es un producto que puede usar cualquier persona.

Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de clientes como:

- Mercado masivo
- Mercado de nichos
- Mercado segmentado
- Mercado diversificado
- Plataformas o mercados multilaterales

Nuestra empresa se caracteriza por ser de nichos ya que nos referimos a unas características y unas necesidades homogéneas que los individuos poseen y no están del todo cubiertas.

En definitiva, nos dirigimos a un público que desee comodidad.



### **3.Sociedades clave**

SFORZO es una empresa con 4 socios clave para llevar a cabo el proyecto.

-Natalia Pineda Martínez.

-Mónica Álvarez Jiménez.

-Helena Delgado Seigford.

-María Quintana Pérez

Y además cuenta con una empresa proveedora (LANIX) que administra la tela y otra empresa proveedora (H. MARTINEZ S.A) que suministra los circuitos de aspiración. De manera, que luego estos agentes clave de la empresa SFORZO puedan diseñar diferentes tamaños, colores y distintos modelos de centrifugación para que este proyecto se lleve a cabo y las toallas aspiradoras triunfen en todo el mundo obteniendo beneficios de manera internacional.

Los roles que desempeñan los agentes clave en la empresa son:

Natalia Pineda se encarga de la distribución y la publicidad del negocio para obtener el mayor beneficio y ser una empresa cada vez más conocida de manera internacional.

Mónica Álvarez es la encargada de realizar los diseños de las toallas, para que haya diversidad de diseños para todos los gustos, tamaños, colores y edades de los clientes, incluso diseños personalizados.

Helena Delgado es la encargada de diseñar las páginas web donde contactaremos con los clientes y también venderemos los productos online en [www.sforzo.com](http://www.sforzo.com).

María Quintana es la encargada de gestionar los costes, las fuentes de ingresos, los beneficios, el pago a los proveedores.... Etc.

## 4. Fuentes de ingresos

Nuestro fuente de ingreso será del tipo de pago único, el cliente comprará el producto a través de Internet (tarjeta de crédito) a través de la página web [www.sforzo.com](http://www.sforzo.com) y le llegará a su dirección correspondiente en una determinada fecha que estará entre 7-15 días de espera. También el cliente podrá comprar el productor en nuestras tiendas repartidas por diferentes zonas, en ella podrá pagar en efectivo o con tarjeta de crédito al llevarse el producto.

Vendemos una variedad de servicios. Agrupamos los servicios en los paquetes en función de lo que su cliente típico está buscando.

Tendremos una inversión inicial destacada que constará aproximadamente de 30.000 euros.

Los precios serán fijos, dependiendo del modelo de toalla.

Si una toalla lleva más complementos y las funciones de dicho productos son mejores, contando también con los diseños a gusto del cliente, el precio será mayor que una toalla con funciones y diseño básico.

En esta empresa se enfocará en sus inicios en asegurar un primer ingreso mensual que solventará los gastos antes de seguir otros pasos.

La empresa no sólo lanzará el producto en el estante o en su sitio web, sino que lo convierte en todo un evento. Crearemos anticipación durante meses, tanto que la

gente estará dispuesta a acampar frente a las tiendas durante semanas para ser los primeros.

Programaremos cierto tiempo para implementar diferentes pasos, uno a la vez y en meses podremos estar disfrutando de los beneficios, las ventajas, la seguridad y la libertad financiera que viene de tener varias fuentes de ingresos.

## 5. Canales

Contamos con unos canales de distribución: para poder distribuir el producto.

Sforzo cuenta con un canal de transporte el cual será el encargado de transportar la mercancía a los clientes y a las tiendas físicas.

La compra por internet será para toda España, pero por ahora solo contaremos con la disposición de una única tienda física en Madrid

Canales de comunicación: Estos canales se encargan de cómo va a llevar el producto a nuestros clientes. El producto llegará al principio a través de internet con una disposición de página web y redes sociales.

Desde la página web el cliente podrá acceder a todo producto que dispongamos, también se les facilitará un correo electrónico al que podrán escribir para comunicarnos sus sugerencias. No hay intermediario entre nosotros y el cliente. En cambio en las páginas web obtendremos imágenes de los modelos y un link en el que accedes directamente pinchando sobre él a nuestra página web

Canales de venta: Sforzo es una empresa minorista que a día de hoy no tiene competencia porque su idea de mercado no está inventada.

En el caso de las ventas por internet tendremos un canal de marketing directo, ya que la relación es directa entre los vendedores y el cliente.

Lo primero que debemos de hacer es captar a nuestros clientes con un buen producto totalmente equipado, diseñado para la comodidad, es importante que al comprador le transmita buena sensación lo que se le está vendiendo.

Una vez comprado el producto ya sea en tienda física o por internet también es muy importante el trato de Post-venta, en el cual en caso de que tenga algún problema se le pueda solucionar con la mayor brevedad posible. De todo esto nos encargaremos nosotras cuatro.

## **6. Relaciones con los clientes**

El cliente es el centro del modelo de negocio de SFORZO. Sus demandas y deseos son escuchados en tienda y trasladados al equipo de diseño para que en el menor tiempo posible, esos deseos estén disponibles en todas las tiendas y en la página web para retener a los clientes existentes y, también, conseguir nuevos. Como consecuencia, un cuidado servicio de atención al cliente es necesario para mantener vivo el modelo de negocio del Grupo.

Al igual que en tienda pueden expresar sus ideas, también lo podrán hacer mediante la página web en una apartado de sugerencias.

Al margen de las peticiones de los clientes, los empleados podrán observar qué toallas tienen más tendencia que otras y, así, poder fijarnos en futuros materiales similares pero con innovaciones para aumentar la comodidad de aquellos que nos compran.

Es decir, la relación que tenemos con nuestros clientes puede ser personal y cara a cara o automatizada por medio de la página web: [www.sforzo.com](http://www.sforzo.com) y del correo electrónico: [clientes@sforzo.com](mailto:clientes@sforzo.com) que lo facilitaremos en la página web.

Dentro de las relaciones con el cliente, existen muchos tipos como:

- Asistencia personal
- Asistencia personal dedicada
- Autoservicio
- Servicio automatizado
- Comunidades
- Co-creación

Además los clientes nos ayudan a fomentar nuestra empresa con ejemplos como: suscripciones a la tienda, para esos clientes que compran en aumento; tarifas; servicios postventa...etc.

Nuestros clientes son ciudadanos comprometidos con la sociedad y la comunidad en la que viven y eso nos obliga a reinventarnos a diario para poder estar a la altura de sus necesidades y principios en todo momento.

## **7. Recursos clave**

En nuestra empresa SFORZO contamos con unos recursos clave, que son los elementos más importantes que necesitamos para llevar a cabo nuestro proyecto y funcione a la perfección que son:

Recursos físicos: los socios, la tienda física, las oficinas, el almacén, los proveedores y transportistas, el material para realizar los diseños, y la materia prima. Con estos pretendemos comprender su potencial para crear una ventaja competitiva, para ello es necesario tener en cuenta dos cuestiones clave: ¿qué oportunidades existen para economizar en el uso de estos recursos? ¿Cuáles son las posibilidades de emplear los activos existentes en usos más rentables?

Recursos humanos e intelectuales: los estudios previos de los socios, la creatividad para el diseño de Mónica, la gestión financiera y logística de María, las habilidades sociales para captar nuevos clientes y de marketing de Natalia, y el diseño de la página web de nuestra socia Helena.

Recursos financieros: el capital financiero del que se dispone para llevar a cabo el proyecto empresarial, los ahorros.

## **8.Actividades clave**

Las principales actividades clave van a ser la producción de la toalla, cómo la vamos a hacer, cuáles van a ser nuestros productores, etc.

Contamos con dos empresas proveedoras:

La primera de ellas es la empresa LANIX que es la empresa que nos administra la tela para la fabricación de las toallas.

Y la otra empresa que nos suministrará los circuitos de aspiración será la empresa de H. MARTINEZ S.A.

Nuestra función cuando recibamos los productos de las distintas empresas será diseñar las toallas con diferentes colores, tamaños, dibujos y distintos modelos de centrifugación del cual cada miembro de esta empresa tendrá una actividad determinada para que al ponerlas en común salga este proyecto y se lleve a cabo.

Otra actividad clave será la creación de nuestra pagina web y de distribuir el producto mediante publicidad.

La creación de esta pagina web será sencilla y útil para nuestros clientes

Solución de problemas. Este tipo de actividades supone la búsqueda de soluciones nuevas a problemas individuales de los clientes. Es el caso de empresas de consultoría, hospitales u otras empresas de servicios, por ejemplo. Sus modelos de negocio requieren actividades tales como la gestión de la información y la formación continua.

## **9. Costes**

Por ahora nuestra idea de mercado tendrá unos costes fijos los cuales no varían dependiendo de las ventas que tengamos, nuestros costes fijos serán el lugar donde nosotras trabajaremos cuyo lugar será el almacén de la tienda. El alquiler de la tienda de Madrid asciende a los 800 e al mes, contaremos con la ayuda de una dependienta, el transporte, material de la tienda y oficina, suministros de gas, agua, luz. También contamos con gastos financieros, y el IRPF.

Los gastos fijos ascienden a unos 2.700 euros al mes.

En el caso de los costes variables dependen de las ventas. Todas nuestras telas serán compradas a LANIX la empresa proveedora de las telas y otra H. MARTINEZ

S.A. Estos costes variarían dependiendo de las ventas que se hagan. En el caso de las ventas por internet llegado a un acuerdo con ellos no necesitarán una venta al por mayor, según las ventas ellos nos lo harán.

Otro coste variable sería la dependiente de la tienda ya que solo estará en caso de que nosotras no podamos estar vendiendo.

La mano de obra incluye la seguridad social que incluye a todas las personas que trabajan en la empresa. También contamos con otros gastos generales. Se incluyen como gastos generales los específicos del área de marketing y los generados por amortización, consumos energéticos, mantenimiento y reparaciones de la maquinaria.