



PROPUESTA DE VALOR

En la propuesta de valor haremos el intento de “solucionar el problema orientativo de los adolescentes a la hora de tomar decisiones sobre su futuro profesional a partir de una perspectiva práctica, haciéndoles vivir la experiencia real de diversas profesiones y ayudando a que se vean proyectados en el futuro a largo plazo”.

Con este proyecto lo que queremos fomentar es el conocimiento a fondo de cada oficio. Los adolescentes tienen una mínima idea de ciertos trabajos profesionales, y todo lo que se les enseña es la parte superficial de cada oficio, nosotros pretendemos enseñarles de manera práctica lo que se realizaría en los trabajos por los que ellos mismos sienten vocación.

Todo ello contará con el apoyo de profesionales, y con materiales específicos para cada actividad laboral.

Los usuarios podrán probar diversas labores completamente distintas, según sus gustos y posibilidades, todo ello dentro del tiempo en el que vayan a permanecer en nuestra pequeña ciudad juvenil.

Está orientado a jóvenes que se sientan indecisos en su elección de que carrera elegir, o que ramas del conocimiento quieran seguir. Se tratará de algo completamente orientativo, con el objetivo de ayudarles a tomar la mejor decisión.



SEGMENTACION DE MERCADO

En el caso de nuestra empresa, vamos a focalizarnos en el mercado de nichos y el segmentado.

Va dirigida a niños entre 13-18 años con dificultades académicas, que están estudiando y que quieren continuar con su formación y que de alguna forma cuentan con posibles preocupaciones y deseo de encontrar cuál es su vocación.

Como bien se dice, esta empresa está dedicada a ayudar a los adolescentes que en un futuro no saben qué carrera elegir, por lo tanto, este servicio que ofrecemos va dedicado sobre todo a colegios. Va a servir para orientar a los chavales en un contexto y en un entorno real.

Está enfocado a un mercado súper concreto y pequeño, es decir, a todos aquellos colegios que están interesados en nuestro producto como vía de ayuda a los estudiantes de hoy en día. Siendo una empresa que ofrece trabajar durante 4 días a los estudiantes, sólo nos podemos centrar en un tipo de mercado y un tipo de público concreto.

El mercado segmentado se centra en varios grupos de consumidores que tienen unas diferencias entre ellos pero que siempre tienen algo en común, es decir, cada estudiante tiene claro lo que va a elegir y lo que quiere consumir, pero dentro de la misma empresa hay varios servicios que sirven para lo mismo, para formar a los adolescentes y darles información sobre aquello que han elegido o quieren elegir para estudiar.



SOCIEDADES CLAVE

Nuestra empresa parte de un proyecto conjunto, es decir, hemos creado una sociedad comanditaria con una intención unidireccional en uno de los aspectos que abarcamos. La sociedad comanditaria que hemos creado ha sido en conjunto con una cadena hotelera, nuestro objetivo es compartir la subcontratación de empresas de catering y de empresas de limpieza. Hemos conseguido descuentos por la contratación de estos servicios de una manera extensa, no compartimos costes de mantenimiento ni de contratación solo compartimos costes de transporte dado que ese servicio no está incluido en las empresas subcontratadas.

Es decir, ha sido una alianza clave con dos objetivos, abaratar costes y adquirir mejores precios.

En cuanto a proveedores tenemos una extensa red de ellos, desde proveedores de material para cada uno de los oficios que podemos ofrecer como experiencia hasta proveedores de mantenimiento de las instalaciones. Nuestra relación con ellos se basa en el ámbito profesional pero siempre intentamos estrechar lazos y lograr una mejor relación laboral.



FUENTES DE INGRESO

Siempre se realizará un único pago para comprar los abonos. Tenemos diferentes propuestas y precios en función del público al que va dirigido y a la capacidad adquisitiva de estos.

Disponemos de:

- Abono de día: 35 €
- Abono de dos días + dieta + alojamiento: 100 €
- Abono de tres días + dieta + alojamiento: 175 €
- Abono de cuatro días + dieta + alojamiento: 225 €

Disponemos de descuentos para grupos grandes (+25 personas) y descuentos por reservas anticipadas (+ 1 mes).

Incluiremos una temporada del año escolar destinada a la inclusión laboral de adolescentes con diversidad funcional, creemos que es incluso más importante ayudar a encontrar el rumbo laboral a estas personas, así su inclusión a este mundo será mucho mejor, dado que partirán de una base mayor que aquellos que no reciben este servicio y con un gran factor a favor, la experiencia.

Además de la venta de activos tenemos otra fuente de ingresos, la publicidad.

En cuanto al marketing y a las campañas publicitarias serán propias, nuestro departamento de marketing será el principal encargado. Acudiremos a convenciones de carácter educativo (AULA), buscaremos medios de comunicación para llevar campañas y acudiremos a colegios con el fin de concienciar a alumnos y profesores de lo importante que es llevar una buena orientación empresarial y la capacidad que tiene nuestra



empresa para resolver este tipo de conflictos. De no disponer de todos los recursos necesarios para responder a estas necesidades acudiremos a una empresa especializada la cual utilizaremos como subcontrata eventual.



CANALES

A través de los canales conseguimos que nuestro proyecto se haga notar para la adquisición de nuevos clientes y así hacerles llegar nuestra propuesta de valor. Nuestro canal más importante será el de comunicación dado que lo que ofrecemos es un servicio, se tratará de un canal propio y directo donde tendremos recursos humanos destinados al servicio de información, propuestas y ofertas para adquirir dicho servicio.

Distinguimos 5 fases:

- Percepción: contamos con una página web dónde los clientes podrán ver nuestras instalaciones, programas, precios... en definitiva, toda la información que necesiten para poder contratar nuestros servicios. A parte de esto, nos promocionamos a través de anuncios, que se emitirán tanto en televisión, como en radio o en spot publicitarios.
- Evaluación: mediante estadísticas de venta de nuestros servicios y viendo a ver cuánta cantidad de ello vendemos. Gracias a ello almacenaremos la información que obtendremos de nuestros clientes para posteriormente usarla a favor de la empresa.
- La compra: la única compra que realizaremos será de productos para la manutención de nuestro ecosistema interno.
- La entrega: la entrega de nuestros servicios se realizará dentro de nuestras propias instalaciones atendiendo única y exclusivamente a lo que solicitan.
- Post-venta: dedicaremos un departamento de la empresa a este servicio. Se encargarán de resolver las principales dudas mediante un servicio telefónico y vía e-mail. También tendremos una participación activa a través de redes sociales como



Instagram, Facebook o Twitter para proporcionar de una manera más cómoda información, fotografías o resolver dudas una vez prestado este servicio.



RELACIONES CON LOS CLIENTES

Nuestra relación con los clientes se va a basar en un trato personalizado a cada uno de los contratantes de nuestros servicios. Queremos que se sientan cómodos con nosotros ya que van a formar parte de nuestra familia empresarial durante un breve periodo de tiempo. A la hora de contratar el servicio y en el servicio de post-venta vamos a utilizar una asistencia personal dedicada.

Queremos un trato cordial, agradable y que se pueda basar en cierta confianza sin olvidar que se trata de una relación empresarial. Una vez que ya han contratado el servicio y están en nuestras instalaciones el trato será un poco diferente ya que será más individualizada ya que tendremos que convivir laboralmente con cada uno de los jóvenes que asistan a esta aventura.

Al querer fomentar este trato con nuestros clientes vamos a conseguir de manera indirecta poder afianzar relaciones y lograr cierta fidelidad, por ejemplo, esperamos conseguir que haya colegios que destinen alumnos a nuestra empresa todos los años de manera repetida, nosotros a cambio prestaremos nuestros servicios de la mejor manera posible.



RECURSOS CLAVE

Los recursos clave son los que permiten a una empresa desarrollar su oferta de proposición de valor, llegar hasta sus clientes, mantener relaciones con ellos y generar ingresos.

Los recursos físicos con los que cuenta nuestra empresa son:

La infraestructura en la que se trabajarán el conocimiento de los distintos oficios de los que disponemos. Además, consta de una cafetería/comedor, donde serán atendidos nuestros clientes y trabajadores.

Los clientes tendrán a su disposición un autobús con el que les trasladarán desde la estación de autobuses más cercana a nuestro centro tanto para ir como para volver.

También contamos con un sistema informático, al que podrán comprar las entradas al centro a través de nuestra APP o nuestra página web.

En recursos intelectuales y humanos tenemos a nuestra disposición trabajadores preparados para aportar además de diversión y creatividad a nuestro centro, la profesionalidad de cada trabajo y aportar a nuestros clientes el conocimiento y la información de cada una, como pueden ser: Policía, Médico, Maestro, Estilista, etc.

Recursos financieros:

La empresa está financiada por los ahorros de las creadoras llamadas, Emma Martínez, Lucía Huerta, María Hevia, Laura Sampedro y Alicia Pizarro, que cuentan con un terreno heredado, además de disponer de la colaboración de un familiar a cargo de una empresa de construcción.



ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades claves son la realización de estas actividades para que la empresa u organización opere con éxito, son esenciales para desarrollar nuestra oferta de proposición de valor, para alcanzar a nuestros clientes potenciales, relacionarnos con ellos y obtener ingresos.

Tenemos tres tipos de actividades claves.

Empezaremos hablando por las de producción, donde cabe destacar el diseño, la realización y la entrega de nuestros servicios. Como hemos comentado previamente, somos una empresa que quiero ofrecer un servicio generalmente a jóvenes, para decidir qué quieren estudiar, o a qué se quieren dedicar en un futuro.

Para poder realizar esto contamos con dos infraestructuras, la primera; es una “mini ciudad”, donde se impartirán charlas, actividades... de profesionales de cada uno de los oficios a estos alumnos que están interesados en ello. La segunda, sería un albergue a la disposición de los clientes, por si quisieran pernoctar allí.

Seguiremos hablando de la solución de problemas, que están basadas en la gestión del conocimiento y precisan de una formación continua. Como hemos dicho anteriormente solucionamos un problema principal de cada uno de nuestros clientes, que es esa duda que a todos nos ha rondado la cabeza alguna vez, ¿qué queremos estudiar en un futuro, o a qué nos queremos dedicar en nuestra vida?

Ofrecemos pasar desde un día a un máximo de cuatro, en nuestras instalaciones, donde a partir de actividades, charlas...



los jóvenes podrán informarse, introducirse en los oficios donde tienen dudas.

Si desafortunadamente tenemos una situación de urgencia, contamos con un ambulatorio donde se sitúa nuestra empresa y el Hospital Infanta Sofía a 30 kilómetros desde donde estamos.

Por último, terminaremos hablando de la plataforma de red, que requiere una eficacia de gestión de dicha plataforma, un mantenimiento continuo y de la promoción de la misma.

Es por esto que contamos con una página web para poder promocionarnos y darles toda la información que necesitan a nuestros consumidores. Podrán ver nuestros precios, nuestra ubicación, las actividades que hacemos, los proyectos con los que trabajamos, nuestras instalaciones...

Como conclusión utilizamos actividades externalizables como es nuestro catering de comida, nuestra publicidad... y actividades no externalizables como son nuestros proyectos, actividades...



ESTRUCTURA DE COSTES

En dicho apartado nos encontraremos diferentes características, como pueden ser los costes fijos y variables.

Los costes fijos harán referencia a aquellos costes determinados invariables y permanentes. Un claro ejemplo sería el coste de la nave o infraestructura, costes de luz, agua gas...

Por otra parte, los costes variables de nuestra empresa abarcarán desde el material utilizado en los distintos puestos de trabajo como en la estancia de los jóvenes en nuestras instalaciones, aplicando así comida, material didáctico...

A continuación, incluiremos un balance de nuestra empresa al finalizar un ejercicio. Está ubicado en espacio temporal pasado un año después de la apertura de esta empresa. Como costes unitarios medios se han calculado un total de 80,25 € Y como beneficio unitario medio 53,5 € partiendo de unos datos estimados de 3.000 jóvenes y con un abono medio de 133,75 € por alumno como resultado de una ponderación entre los 4 tipos de abono que ofertamos, comprobando así su rentabilidad tras unos meses de asentamiento después la gran inversión que ha supuesto este proyecto.