

LOGO

STARTINNOVA



Manuela Palacios, Amós Fresno y Marta Sanzo

PROPOSICIÓN DE VALOR

1. Proceso de lluvia de ideas:

Aplicación

Bici o patín portable

Funda de gafas que te las limpie

Sujetador con imán

Cepillo de pelo con diferentes utilidades ✓

Aviones mejorar la organización

Tacón quita y pon

Corbata con diferentes usos

Chaqueta que se abrocha sola

Tipex que absorba

Dispensador de comida de mascota automático Pizarra con muchas utilidades (que se borre sola, ...) Cajetilla de tabaco que te da el cigarro encendido Toallas que desprenden calor

2. Valoración de las ideas y elección de la idea de negocio: Criterios:

1. Que sea accesible para personas de cualquier sexo o edad.
2. Que sea seguro y fácil de producir
3. Que sea innovadora, original, que llame la atención.
4. Que aporte algo al consumidor
5. Que sea ecológico y ayude al cuidado del medio ambiente

Dentro de nuestra lluvia de ideas, las que más nos han interesado son:

La funda de gafas que te las limpia, el sujetador con imán, la corbata con diferentes usos, el tipex que absorba tinta, las toallas que desprenden calor, el cepillo del pelo con muchas utilidades, la cajetilla de tabaco que te enciende el cigarro, y la pizarra con muchas utilidades Hemos descartado:

Hemos descartado:

LOGO

- La funda de gafas y la pizarra con muchas utilidades porque creemos que no es suficientemente innovador u original.

El sujetador con imán y las corbatas porque nos limitaría mucho de cara a ventas solo poder vender a personas de un sexo o de otro.

- El tipex que absorba tinta porque tendríamos que hacer mucha investigación química para que el producto funcione.
- La toalla que desprende calor porque puede ser peligroso juntar electricidad y agua.

La cajetilla de tabaco porque creemos que es un tema un poco nocivo.

Hemos elegido llevar a cabo nuestra idea del cepillo del pelo con muchas utilidades.

3. Análisis DAFO.

Valorar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de negocio de nuestra propuesta.

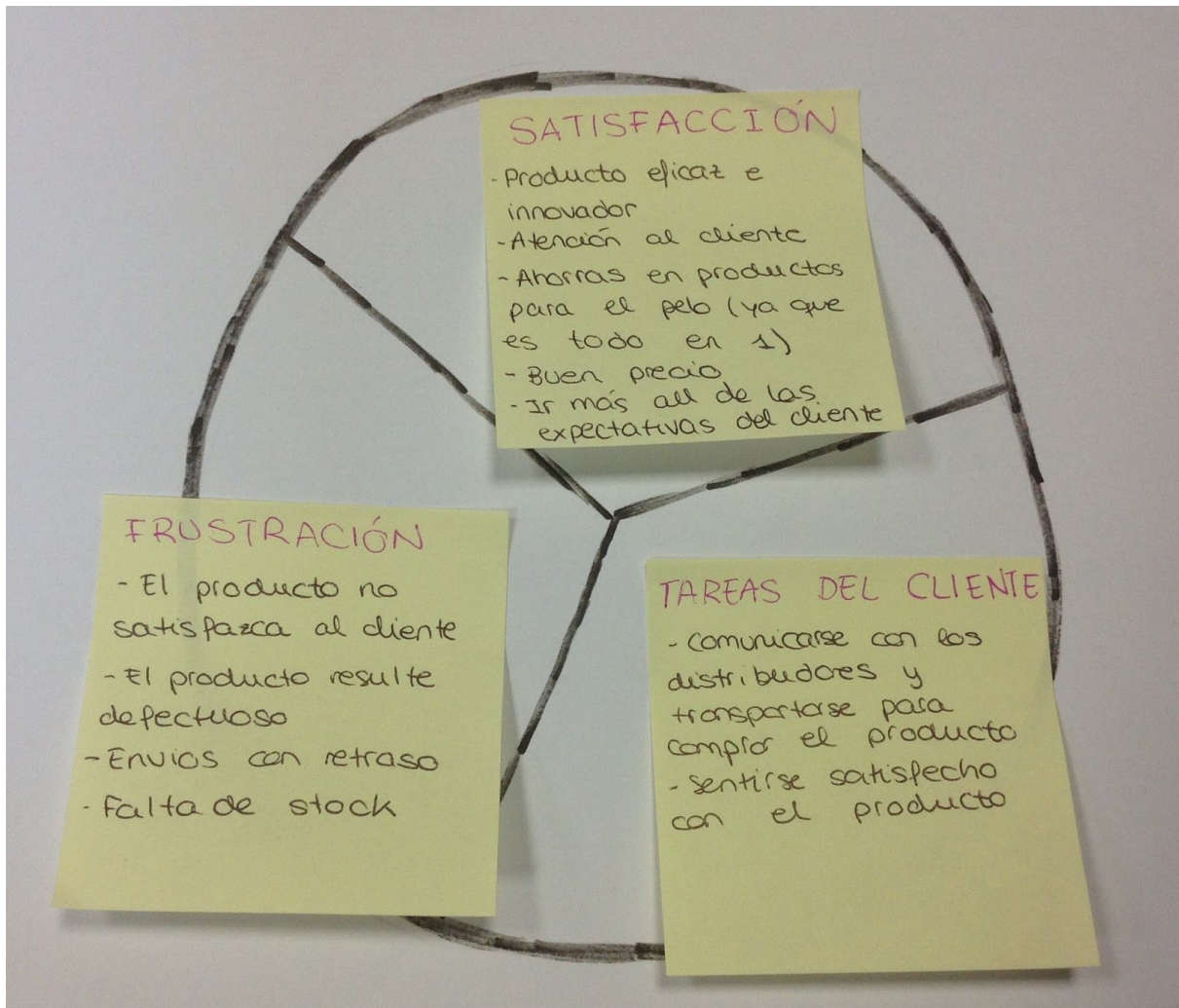
DEBILIDADES	AMENAZAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
-Respecto a mis competidores, cuando estos nos copien la idea, los beneficios reducirán debido a que habrá más personas que oferten nuestro producto.	-La competencia al sacar el producto puede incrementarse. -Es un poco difícil desbancar a la industria de los cepillos pero con mejoras e innovaciones podremos sacar a delante el producto	-Es un objetivo que se utiliza a diario -Un objeto que usamos todos -Mejoramos la limpieza y hacemos más eficaz el uso de este. -Haremos un favor al medio ambiente utilizando menos cantidad de productos contaminantes, ya que no compraremos 40 sprays de laca, espuma, champú seco... -Innovación en tecnología	-Podemos ser más eficientes y reducir gastos, ya que todos los productos nos vendrán incluidos en el cepillo, en vez de tener que comprarlos uno a uno. -Podemos venderlo ya sea en internet y en físico -El mercado de higiene personal crece internacionalmente muy a menudo -Puede haber mucha demanda a los países exteriores.

4. Explicación breve de la idea de negocio.

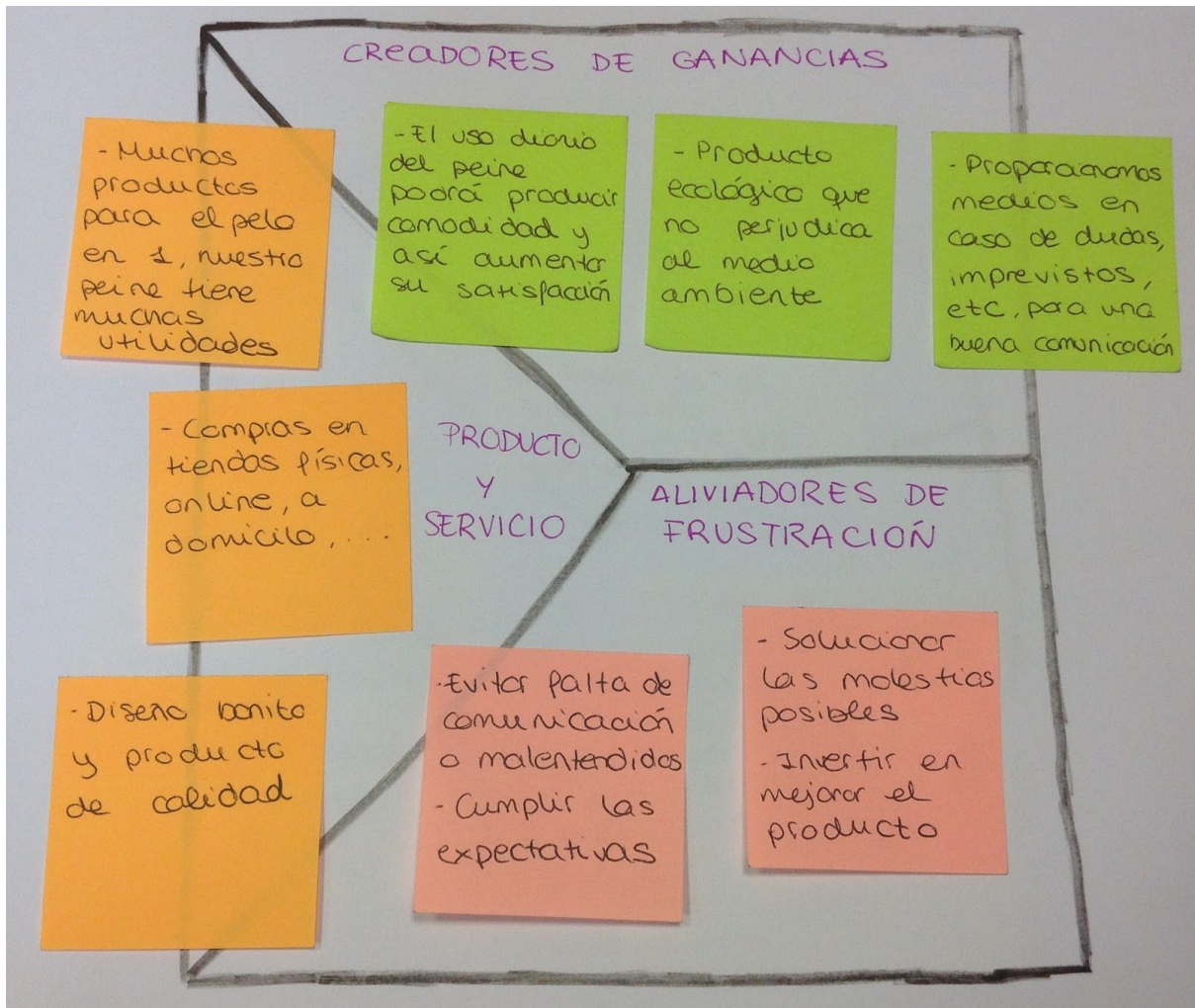
Descripción del producto o servicio a producir, indicando cuáles son sus novedades y qué valor aportan al consumidor final o a la sociedad.

Este cepillo tendría una lámina de plástico que se puede quitar y poner para que al quitarla después de peinar, se lleve todos los pelos que se han quedado entre la púas del cepillo y de esta manera que sea muy fácil limpiarlo y mantenerlo limpio. Además, diferentes usos para el cuidado y la imagen de tu cabello como por ejemplo, dispensador de laca, gomina, espuma, champú seco, ... y también, desprender calor para poder alisar, rizar, ondular el pelo con tan solo peinarlo. Hemos elegido esta idea porque nos parece muy interesante y es algo que utilizamos normalmente todas las personas y todos los días. Es más cómodo e higiénico.

LOGO



LOGO



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es un producto que llega a todas las personas que tengan pelo, de cualquier edad y cualquier género. Por eso lo consideramos una buena opción. Sobre todo estará un poco más orientado hacia las mujeres ya que utilizan con más frecuencia estos utensilios pero los hombres no tendrán problema en utilizarlo. Según la INE el 42% de la población en España carece de pelo o no tiene pelo suficiente para utilizar este producto, por lo que a ellos no les llegaría este producto, España es uno de los que se encabezan en la lista internacional de alopecia, por eso una vez creado el producto más tarde intentaríamos expandirnos multinacionalmente para poder llegar con más facilidad a otros países. Este producto está enfocado a todo tipo de personas, desde niños y niñas de 5 años a ancianos de 60, ya que peinarse el pelo es algo que realizamos todos los días, mucha gente necesita alisarse el pelo de ahí surgen diferentes tratamientos como la enzimoterapia, la taninoplastia, la queratina, el alisado japonés y el alisado progresivo... por eso hemos propuesto la opción de poder alisar el pelo mientras lo peinas, una vez ya no haya nudos. También ofrecemos que se pueda rizar, ondular, e incluso el poder aplicar champú en seco o espuma en caso de emergencias o de ir con prisa.

Recursos clave

LOGO

Dos de los recursos clave que requiere nuestra propuesta de valor son la maquinaria y la patente. La maquinaria para producir el peine y la patente para que nadie nos quite la idea y podamos empezar con una ventaja en el mercado, pese a que sí que tenemos competencia. Los canales por los que vamos a vender el producto son tanto físicamente como a través de internet.

La relación con los clientes será sobretodo importante en las peluquerías y en las tiendas físicas ya que es donde tendremos trato con las personas y donde se les venderá nuestro proyecto.

SOCIEDADES CLAVE

Para que nuestro proyecto funcione nuestros socios y proveedores tienen que tener una importancia tanto económica como social en la sociedad. Los principales socios que habíamos pensado era El Corte Inglés, Amazon, Mercadona, peluquerías...

Estos lugares son importantes para la sociedad porque nos aportan siempre los bienes y servicios que necesitamos, aparte de que nos dejamos influir muchos por las marcas y el que dirán por lo que nuestro producto tenemos que venderlo en tiendas con cierto prestigio o que aporten reconocimiento.

También entablaremos relaciones con estas empresas para reducir riesgos y adquirir recursos. El Corte Inglés nos proporcionará publicidad, Amazon nos permitirá expandirnos por internet y por el mundo, Mercadona nos aportará accesibilidad y las peluquerías cierta confianza a la hora de comprar el producto.

FUENTES DE INGRESOS

Nuestro producto tiene una gran exclusividad y no existe ningún cepillo en el mercado actual con el ratio de calidad precio que ofrecemos, por este motivo, creemos que el precio adecuado debe ser de 20€ , y de este modo, el producto será accesible a todas las personas y no será únicamente un producto exclusivo de las clases privilegiadas.

Las ventas se realizarán a pago único en los establecimientos donde vendamos nuestro objeto.

Para realizar todas estas ventas esperadas, en primer lugar , adquiriremos la licencias necesarias , para más tarde pedir una serie de préstamos al banco con menores intereses para que financie nuestro producto los primeros años.

Los precios van a ser fijos ya que el producto tendrá el mismo precio desde el inicio, de todas formas si vemos que nuestro utensilio adquiere un gran valor en el mercado innovaremos y crearemos productos similares que mejoren la calidad de nuestro producto. De este modo, esperamos que nuestro producto alcanza un éxito global y podemos mejorarlo a través de innovación estéticas y prácticas.

Fuentes de ingreso

En cuanto a la fuentes de ingresos en España, el valor de nuestros peines y cepillos ronda al rededor de una media de entre 10-25 euros, seguramente nosotros elegiríamos 20€ ya

LOGO

que nos parece que ofrecemos innovaciones que no ofrece nadie al menos a día de hoy. Actualmente se paga por peines y cepillos que nos resulten prácticos y lo más cómodos posibles, si además ofrecemos los diferentes

CLIENTES

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

Como hacer que les llegue el producto

Antes:

Para empezar a vender un producto debemos establecer una serie de estrategias de marketing empresarial y de penetración del mercado, y además fijar unos objetivos para el éxito de nuestro producto. Usaremos redes sociales para que llegue sobre todo a los jóvenes y publicidad en sitios públicos para la expansión de nuestro producto, empezando por España. Haremos todo tipo de anuncios en diferentes medios de comunicación para que llegue a posibles consumidores y de esta forma ir ganando terreno en el mercado. Este producto está dirigido para hombres y mujeres (con pelo). Por lo que incluiremos anuncios en periódicos y revistas que son consumidas por ambos.

Durante:

haremos acuerdos con tiendas físicas (sobre todo peluquerías) que puedan servirnos de distribuidores, facilitarnos la expansión de nuestro producto y dejando de ser nuestra competencia. Crearemos una tienda digital internacional y multinacional debido a que así toda España podrá acceder al producto, podrán hacerlo en cualquier idioma y así crearemos mayor impacto en los consumidores que prefieren la compra por internet. Las relaciones con los clientes van a ser tanto personalizadas en las tiendas físicas como automatizadas a través de internet, ya que creemos que es un producto que no hace falta ver para querer comprarlo pero aún así si que lo podrán ver en las tiendas físicas. Estas relaciones están motivadas debido a que queremos adquirir nuevos clientes, retener a a los preexistentes en las tiendas con las que hacemos acuerdos y expandir las ventas.

Después:

una vez habernos expandido bastante podremos acceder a los anuncios de televisión que suponen un amplio capital. también estableceremos acuerdos con empresa online como Amazon, aliexpress, etc para que nuestro producto se expanda al máximo y así magnificar la producción y distribución del producto para que la consumición sea mayor poder centrarnos en mejorar diferentes factores del proceso productivo (transporte, producción, salario de trabajadores, instalaciones, disminuir contaminación,...) Abriremos más tiendas físicas, una matriz en La Capital de España y otras filiales por el resto de ciudades importantes del mundo en las que nuestro producto haya tenido gran impacto. Y así mejorar

LOGO

nuestro trato con clientes los cuales prefieren la atención física a la hora de comprar nuevos productos.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

El valor de nuestro producto está en los ojos del cliente. El cliente no siempre mira en la dirección correcta, por lo que es nuestro trabajo ayudarlos a ver la imagen completa de nuestro producto. No es raro que la insatisfacción del cliente sea el resultado de una comunicación deficiente y malentendidos, por lo que hay que tener claras las políticas de la empresa. El correo electrónico facilita la comunicación, pero el contacto personal se pierde. Por lo que también tendremos la opción de facilitar a un cliente la dirección de nuestra oficina para atenderlos en persona. Trataremos a los clientes de la manera en que nos gustaría que nos trataran a nosotros mismos si estuviésemos en su lugar. También procuraremos retransmitir información de forma que muestre al consumidor que nuestra empresa entiende que su tiempo es valioso y está comprometido a prevenir cualquier inconveniente. Una vez se haya establecido una expectativa con un cliente, es crítico que esa expectativa se cumpla. Una razón principal de la insatisfacción del cliente es que no se le entregue lo que se le prometió. (O, volviendo a la necesidad de una comunicación clara, lo que el cliente pensó que se había prometido).

RECURSOS CLAVE

Existen 7 elementos que una empresa debe tener muy claros para poder triunfar en el mercado.

En primer lugar encontramos la estrategia que es un elemento clave para el funcionamiento de nuestra empresa. Debemos plantear una estrategia de tal modo que calcule los costes y los ingresos de nuestra empresa para que, en algún momento, empecemos a generar beneficios.

En segundo término podemos decir que es esencial desarrollar un producto acorde con la estrategia, de forma diferenciada, ya sea por su precio o por sus cualidades especiales. Sólo se puede competir con éxito si se ofrece al cliente una ventaja. La empresa que no ofrece ninguna ventaja, más pronto o más tarde será eliminada del mapa.

En tercer lugar encontramos la organización de la empresa, y es que, sin una organización adecuada, la empresa no puede obtener el éxito empresarial.

Debemos tener claros algunos puntos como que cada persona debe tener un jefe que le de órdenes de gestión para el correcto funcionamiento de nuestra empresa. También necesitaremos una buena organización ejecutada de forma clara y sencilla para que los miembros de la empresa sepan las tareas que deben realizar.

En cuarto lugar hay que llevar una adecuada contabilidad, tanto general como analítica, bien llevadas y bien pensadas. Es muy importante no dejarle el diseño de la contabilidad sólo a los contables y por lo tanto el director general se debe implicar en ello.

LOGO

En quinto lugar hay que definir la gestión de la empresa mediante la cuenta de resultados analítica y los márgenes y debemos reportarlos con una frecuencia mensual o al menos trimestral. Además, es muy importante dedicarle la necesaria atención en el comité de dirección.

El penúltimo elemento es la planificación, y hay que realizar presupuestos, para poder plantearse un escenario de futuro, al menos para cada año, y para poder comparar los resultados con lo previsto. Si llevamos una buena planificación dentro de la empresa el proceso será mucho más sencillo y podremos empezar a generar ganancias en menos tiempo.

El último, y uno de los más importantes, es la evaluación. En base al organigrama y a los presupuestos, hay que poner objetivos a las personas de la empresa y evaluar su desempeño diariamente, para reconocer a los mejores trabajadores y recompensarlos. Además, para ser justo y apartar del equipo a quienes no sean competentes o productivos. Si conseguimos llevar a cabo una buena evaluación dentro de la empresa el éxito nos llegará de forma más rápida y sencilla, si por el contrario no tenemos una buena evaluación del desempeño, nuestra empresa fracasará.

La mayoría de los elementos son intangibles ya que suponen una parte muy importante dentro de la empresa.

ACTIVIDADES CLAVE

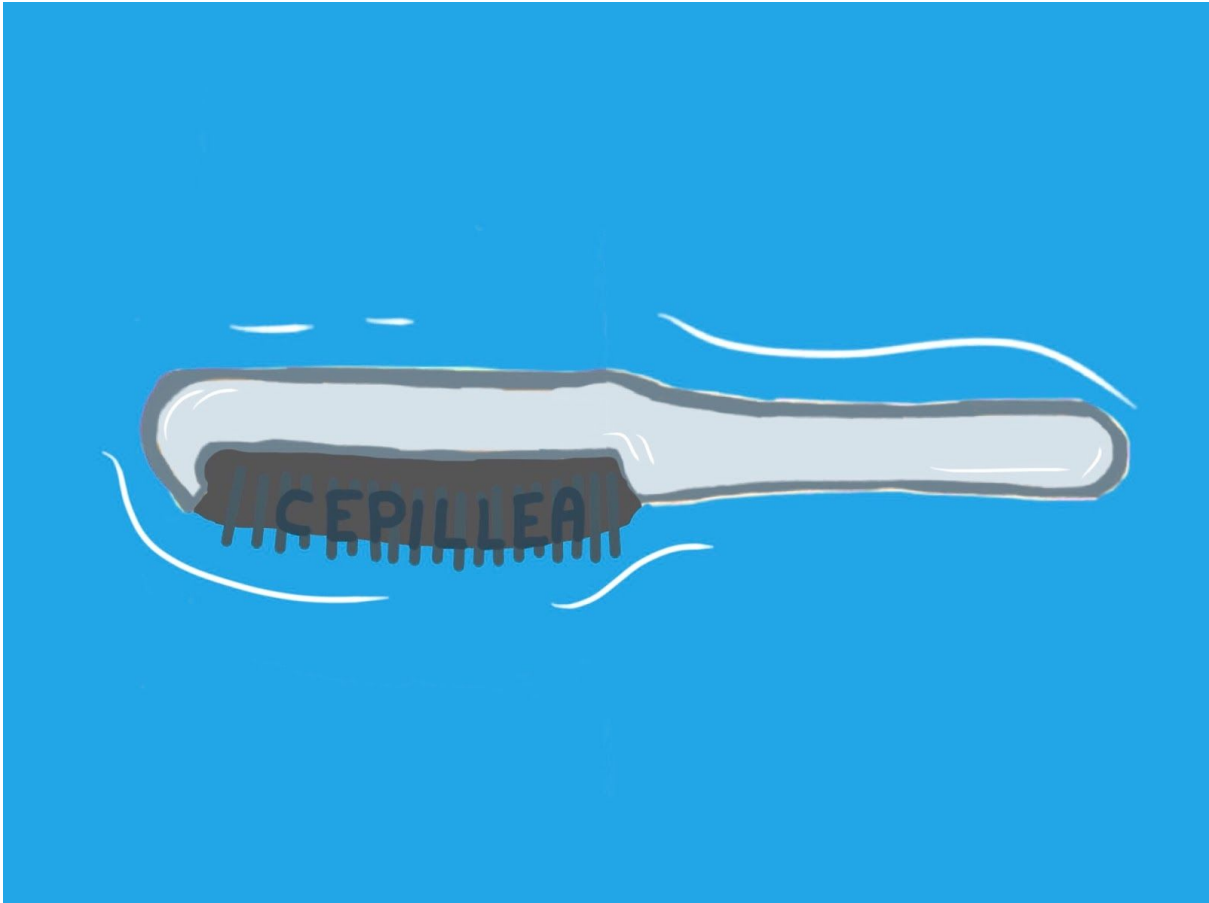
Las actividades y procesos clave que deben llevarse a cabo en nuestra empresa para producir la Propuesta de valor son principalmente la producción y la publicidad.

En primer lugar, la producción es muy importante. Necesitamos que nuestro producto sea de calidad, bonito e innovador. Es imprescindible un buen diseño, una producción eficaz y organizada y una correcta y puntual distribución del producto.

En segundo lugar, la publicidad también influye. Se necesitan las habilidades de todas las personas involucradas en la empresa para llevar a cabo el proceso creativo y que los proyectos puedan ponerse en marcha. Como somos una empresa que empieza de cero y necesitamos que nos conozcan para hacernos diferenciar y que los clientes nos elijan, por eso uno de los costes más grandes que tenemos es el de la publicidad.

BOCETO DEL PRODUCTO

LOGO



ESTRUCTURAS DE COSTES

Los costes fijos son:

Publicidad: 14.000€

Gastos de oficina:

- Agua y Luz: 1.200€
- Equipo de ordenadores: 30.000€
- Internet, teléfono y fax: 6.400€
- Inmobiliario: 1.200€
- Mantenimiento: 200€

Alquiler nave y almacén: 1.100€

Personal y seguridad social: 1.125€

CF= 14.000€ + 1.200€ + 30.000€ + 6.400€ + 1.200€ + 200€ + 1100€ + 1125€ = 55.225€

Precio= 20

CVmed= 5

Tenemos que vender 3.681 unidades para poder empezar a ganar dinero

ESTIMACIÓN PRÓXIMOS 5 años

LOGO

PRECIO:20€

Hemos calculado aproximadamente que si hay 184.000.000 de peines en España, y España tiene una población de 46.000.000 millones de personas, en Valladolid que hay 350.000 personas,

El **primer** año estimamos que deberíamos vender: menos de 3.681 unidades por lo que estimamos vender 2.000 unidades X 20€ = 40000€ aunque todavía no empezaremos a ganar beneficios, seguiremos pagando los costes.

CF: 55.225€.

40.000-55.225

Beneficio total: -15.225

Da negativo debido a que todavía seguimos pagando el dinero invertido por lo que no podemos obtener beneficios

El **Segundo** no se duplicará del todo pero si aumentará aproximadamente a: rondaremos el poder empezar a obtener beneficios si vendemos entre 3.500 unidades y 4.000. Ponemos 3700 que es un punto medio, 3700X20€= 74.000€

CF: 55.225€

74.000-55.225

Beneficio total= 18.775

El **tercer** año subirá hasta 6.000 peines, 6.000X20€= 120.000€ ya empezaremos a obtener beneficios.

CF: 55.225€

120.000-55.225

Beneficio final: 64.775

El **cuarto** año la gente nos conocerá mejor y depositarán más confianza en nosotros por lo que nuestras ventas comenzarán ascender notablemente: 8.000 unidades, 8000X20: 160.000€ de beneficios

CF: 55.225€

160.000-55.225

Beneficio final: 104.775

El **quinto** año nuestra intención es expandirnos estimando: 12.000 uds, 12.000X20€=240.000€ de beneficio. Pero le restamos los **CF:** 55.225€

240.000-55.225

Beneficio final: 184.77€

IT=CT

$$P \cdot Q = CF + CV_{med} \cdot Q$$

$$20 \cdot Q = 55.225 + 5 \cdot Q$$

$$20Q = 55.225 + 5Q$$

$$20Q - 5Q = 55.225$$

$$15Q = 55.225$$

$$Q = 55.225/15 = 3681uds$$

Si Q = 0

$$20 \cdot 0 = 0$$

Si Q = 6.000

$$20 \cdot 6.000 = 120.000$$

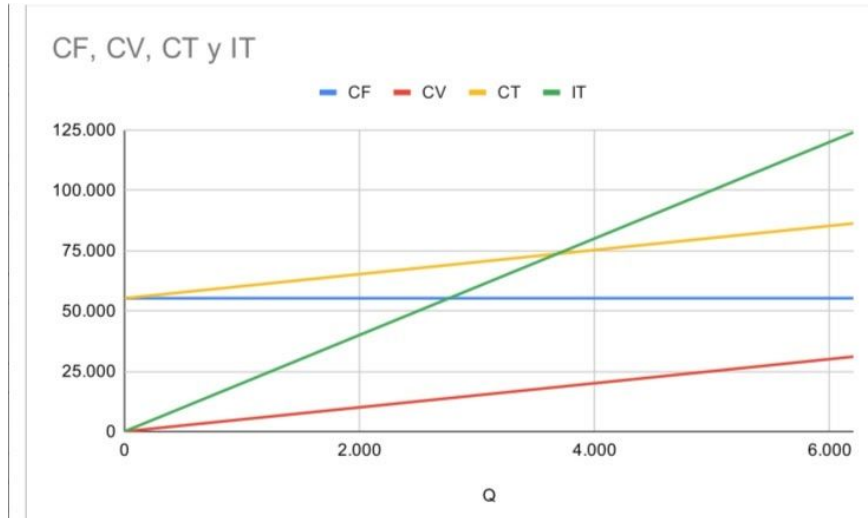
LOGO

Si $Q = 0$

$$55.225 + 5 \cdot 0 = 55225$$

Si $Q = 6000$

$$55225 + 5 \cdot 6000 = 85225$$



NUESTRO LOGO

