

FREE FALL GASTEIZ



1. ORIGEN DEL PROYECTO.
2. LA ACTIVIDAD, EL PRODUCTO O SERVICIO.
3. EL MERCADO.
4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.
5. IMAGEN DE LA EMPRESA.
6. POLÍTICA COMERCIAL.
7. LA PRODUCCIÓN EMPRESARIAL.
8. ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.
9. TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN.
10. BALANCE.
11. MODELO DE CANVAS:
 - PROPOSICIÓN DE VALOR.
 - SEGMENTACIÓN DE MERCADO.
 - SOCIEDADES CLAVE.
 - FUENTES DE INGRESO.
 - CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES.
 - RELACIONES CON LOS CLIENTES.
 - RECURSOS CLAVE.
 - ACTIVIDADES CLAVE.
 - ESTRUCTURAS DE COSTE.

PLAN DE NEGOCIOS

1. EL ORIGEN DEL PROYECTO.

- Origen de la idea y del grupo: Somos un grupo de amigos y emprendedores a los cuales nos gustan los deportes de riesgo. Nos encontramos en México buceando en un cenote y en ese mismo instante se nos ocurrió la genial idea de crear en Vitoria una empresa de deportes de riesgo ya que aquí no había ninguna.
- Características personales de los emprendedores: Cómo hemos mencionado anteriormente, somos un grupo de 4 profesionales del deporte y apasionados del riesgo. Nuestro equipo consta de:
 - Zuriñe: 19 años, actualmente componente de un grupo de gimnasia rítmica.
 - Joseba: 19 años, actualmente juega a fútbol en un club de fútbol.
 - Ander: 18 años, actualmente juega a fútbol en un club.
 - Julen: 26 años, actualmente juega a fútbol en un club.
- Objetivos del grupo promotor: Al finalizar nuestros últimos estudios y cursos, hemos decidido juntarnos para formar una empresa de 0 en la que vamos a depositar toda nuestro empeño y dedicación.
 - Ofrecer una actividad alternativa a la que estamos acostumbrados.
 - Tener flexibilidad horaria.
 - Crear plazas de empleo.
 - Conocer gente nueva.

- No depender económicamente de nadie.

2. LA ACTIVIDAD. EL PRODUCTO O SERVICIO.

- **Definición:** somos una empresa en la que ofrecemos actividades de riesgo.
- **Características del producto o servicio:** Nuestra tienda física estará en Vitoria Gasteiz y contaremos con un extenso almacén en el cual guardaremos todo el material necesario para nuestras actividades. Por otro lado tendremos en un almacén a parte la avioneta, barcas y materiales de gran tamaño.
Contrataremos monitores para llevar a cabo las actividades y también contaremos con los servicios de nuestros socios. Obviamente nuestro responsable Joseba irá al ayuntamiento a que nos concedan los permisos requeridos.
- **Necesidades que cubre el producto o servicio:** seguridad, comida, agua, área de descanso, además de divertirse, entretenerse, disfrutar y aprender.
- **Ventajas comparativas:** ofrecemos diferentes cursos para especializarse en algunas de nuestras actividades, tenemos diferentes productos o souvenirs sobre la empresa.
- **Presentación, imagen:** Principalmente promocionamos nuestra empresa a través de redes sociales, página web y durante dos semanas repartiremos flyers en centros deportivos y sitios públicos.



- **Estimación de la evolución futura del proyecto o servicio:**
Crearemos muchas más actividades, ampliaremos nuestros terrenos, contrataremos a más personal y tendremos más socios, también compraremos más material y mejoraremos su calidad. Sacaremos a la venta más productos sobre nuestra empresa.. A su vez, ofreceremos una amplia gama de ofertas.

3. EL MERCADO

- **Características del mercado:** Nuestra empresa se ubicará en Vitoria Gasteiz.

Nuestra principal clientela se dividirá mayoritariamente en población joven/adulta. Sin necesidad de tener una independencia económica.

También estará dirigida a grupos de gente con alguna discapacidad ya que tenemos todos los medios para poder modificar y adaptar la actividad para ellos.

Dividiremos la facturación en dos partes, invierno y verano. En verano ingresamos una cantidad estimada de 210.000 euros. En invierno sin embargo la cantidad estimada se elevará a los 300.000 euros.

En función de que nuestra empresa vaya creciendo iremos contratando más profesionales para realizar más actividades al mismo tiempo y atender a más clientes, con lo que la cantidad de material también tendremos que ir agrandando.

- **Características de los clientes:** nuestra empresa debe cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, es decir, aportar ayuda cuando el cliente la busca, los clientes también buscan comodidad y diversidad en las actividades además de información y opinión referido a la empresa y a los servicios que ofrece.

4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nuestra empresa se encuentra en Jundiz en la calle Zurripitieta N°3 bajo. En cambio nuestro local de negocio se encontrará en la Calle Plaza de General Loma N°4 bajo.

Creemos que nuestra empresa debe de localizarse en la zona de Jundiz ya que contamos con un local de 2000 m². Guardaremos todo el material necesario para las actividades.

En cambio, nuestro local de negocio creemos conveniente que se tiene que localizar en el centro de Vitoria ya que va a tener mucha más visibilidad y muchas más comodidad para la gente que quiera consultar o contratar nuestros servicios.

5. IMAGEN DE LA EMPRESA

- Nombre de la empresa y logotipo: Free fall Gasteiz.



- **Promoción y comunicación:** A la hora de comunicar cualquier noticia de nuestra empresa utilizaremos principalmente las redes sociales, creemos que es la mejor manera de llegar a la población. También, tendremos una página web en la que poder hacer nuestras reservas, con varios números de teléfono en casa de tener algún tipo de duda.

6. LA POLÍTICA COMERCIAL

1. Análisis del entorno y de la actividad.

- El entorno general de la empresa:

-Factores político legales: Nuestra empresa está al día en el ámbito legislativo, teniendo activo planes de prevención de riesgo laboral, normas respecto a la competencia, publicidad, protección del medio ambiente. Evidentemente, aporta impuestos respecto a la seguridad social.

-Factores económicos: Conocemos la situación general de la economía, los tipos de interés, el desempleo existente y el nivel de desarrollo del lugar en el que estamos ofreciendo nuestro producto.

-Factores socioculturales: El nivel educativo también es importante y por tanto sabemos a qué población estamos expuestos. Y lógicamente, tenemos que ser conocedores de los hábitos de consumo que tiene la población a la que estamos intentando ofertar nuestro producto.

-Factores tecnológicos: Sabemos que los cambios tecnológicos son muy importantes, por ello la empresa y nosotros mismos estamos al día en lo que tecnología se refiere.

- El entorno específico de la empresa. Análisis de la competencia

-Clientes: Sabemos más o menos la cantidad de clientes que podemos tener en un mes, esto supone un factor clave en el desarrollo de la empresa. Conocemos qué tipo de clientes tenemos, y por tanto intentamos adecuar las actividades a su gusto.

-Proveedores: Nuestros proveedores son parte del sustento de nuestra empresa, ya que son los que nos proporcionan el material necesario a tiempo.

-Competidores: En este momento tenemos poca competencia, ya que somos una empresa que ha innovado en los deportes de riesgo en una zona en la que se requería este tipo de actividades.

-Intermediarios: En nuestro caso, no tenemos intermediarios, somos nosotros mismos los que vendemos el producto, tanto en la tienda física, como en la web.

2. La segmentación de mercado y posicionamiento de la empresa.

-La segmentación del mercado es básicamente como se dividen nuestros clientes, por tanto consideramos que esto es muy importante, y los hemos dividido en 4 grupos:

- **Conductual:** Tenemos clientes que su nivel de fidelización es muy alto. Conocemos cuales son sus necesidades y actualizamos en cierta medida para su comodidad.
- **Psicográfica:** Al ser deportes de riesgo, hay que tener en cuenta las características psicológicas de la población a la que estamos ofertando este tipo de actividades. En relación a lo dicho anteriormente, el estilo de vida consideramos que es muy importante.
- **Geográficos:** Nosotros nos encontramos en Vitoria Gasteiz, por tanto sabemos que nuestros clientes van a ser de la propia ciudad y de alrededores. Aunque tengamos intención en un futuro de extender nuestra empresa.
- **Demográficos:** Dividimos por género y edad. Sabemos que la población joven/adulta es la que más realiza nuestras actividades, por tanto conocemos las condiciones demográficas de Vitoria y sus alrededores.
- **Socioeconómicos:** Sabemos también que tipo de nivel adquisitivo tiene la población y por tanto intentamos ajustar los precios.

3. El marketing mix de la empresa.

3.1 Producto.

Nuestro producto es muy variado, ofertamos todo tipo de actividades tanto de aventura como de riesgo. Como decía anteriormente, contamos con una amplia variedad de actividades a realizar y teniendo en cuenta el entorno en el que nos encontramos y la poca posibilidad de realizar este tipo de actividades creemos que es muy característico. La calidad del producto, tanto a la hora de contratarlo, como a la hora de realizar la actividad es excelente.

3.2 Distribución

Nuestro principal canal de distribución es la página web y las redes sociales, es la forma más rápida de llegar a la población. Ahí, tenemos toda la información necesaria, por ejemplo, donde se encuentra la tienda física, enlace directo a la página web...

3.3 Promoción

Nos esforzamos diariamente para tener actualizado nuestro producto, nuestros precios y novedades. Y por supuesto de tener todo en las condiciones adecuadas para que el cliente no tenga que preocuparse de nada, solo de disfrutar de la actividad.

3.4 Precio

Los precios están adecuados al tipo de producto y el tipo de población que tenemos. Creemos que son precios competitivos y también contamos con descuentos para menores de edad, mayores de 50 y bonos regalo. Facilitamos con este tipo de cosas para animar a la gente.

7. LA PRODUCCIÓN EMPRESARIAL

1. Fases del proceso productivo

En primer lugar, diseñamos el producto, es decir, las actividades, el entorno en el que se iba a desarrollar, donde íbamos a ubicar la tienda y el pabellón con el material.

También, probamos este producto nosotros mismos, detectando así los posibles fallos o mejoras que íbamos a tener que realizar.

Hubo un posterior análisis respecto a las pruebas y analizamos dichos costes de los cambios que se iban a realizar.

Y finalmente, en lanzamiento del producto final, con posibles futuras adaptaciones.

2. Subcontratación

Tenemos empresas que nos ayudan con el alquiler de parte del material utilizado en las actividades. Existe un acuerdo económico entre ambas partes.

3. Capacidad de producción de la empresa

Todas las semanas tenemos clientes esperando a realizar su actividad, por lo tanto tenemos una alta producción, ya que nuestros clientes nos lo exigen. Por ello contamos con trabajadores en todos los ámbitos

4. Materias primas y suministros.

Vamos a mencionar algunas de todas las materias primas que tenemos en nuestra empresa.

-Arneses, neoprenos, botas de esquí, cuerdas...

5. Proveedores

Todo el material necesario para realizar nuestras actividades nos lo proporciona **Axioma Sport**. Está empresa ubicada en Madrid, dedicada al material del sector deportivo al aire libre. La forma de pago es mensual dependiendo de las necesidades de la temporada.

6. Existencias, aprovisionamiento y almacenamiento

Todo el material lo guardamos en un pabellón, distribuido por el deporte que es, es decir, no mezclamos el material de un deporte con el de otro, así facilita su búsqueda.

Normalmente, dependiendo de la época contamos con más material de un deporte que de otro, pero siempre contamos con un 60% del material necesario. En el caso de no utilizarse se aprovecharía en un futuro.

7. Control de calidad

Este tema consideramos que es uno de los más importantes ya que tenemos que tener un especial cuidado con el material y su calidad. Pasan controles exhaustivos de calidad y a posteriori otra revisión por parte de la propia empresa.

8. ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Personas necesarias

Contaremos durante los 3 primeros años con 100 personas aproximadamente. Son muchas actividades y distintos deportes. En el sector de venta y administración personas con estudios referentes a este ámbito.

En el sector deportivo, personas que cuenten con titulación en el ámbito deportivo y de deportes de riesgo con experiencia previa.

2. Funciones

En el local habrá gente atendiendo a las posibles necesidades y dudas de los clientes.

En el pabellón estarán las personas dedicadas a la organización del material junto con los monitores deportivos y personal de seguridad. Después, en la propia actividad monitores deportivos estarán constantemente dentro de dicha actividad.

3. Sistemas de organización y coordinación

Dentro de este apartado, los responsables de la organización y coordinación seremos nosotros mismos.

4. Sistemas de selección y forma de contratación

Usaremos distintas plataformas por las que contratar a personal. Infojobs, LinkedIn, etc...

Buscaremos principalmente gente comprometida y apasionada del deporte de riesgo que tenga experiencia previa en el sector.

5. Asesoría externa

Somos conscientes de que tenemos mucha responsabilidad y mucho trabajo, por lo tanto, contamos con la ayuda de una asesoría para ayudar en la gestión y contabilidad de la empresa.

9. TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN

1. FORMA JURÍDICA

→ AUTÓNOMOS: Principalmente no es necesario un capital mínimo ni tanto papeleo, por lo que nos parece más sencillo iniciar la creación de la empresa. Somos conscientes de que existe una pequeña desventaja ya que la responsabilidad es ilimitada.

10. BALANCE

[+](#) BALANCE FREE FALL GASTEIZ

11. MODELO DE CANVAS

[w](#) Copia de Plantilla Modelo Canvas.docx

- [☰ PROPOSICIÓN DE VALOR](#)
- [☰ SEGMENTACIÓN DE MERCADO](#)
- [☰ SOCIEDADES CLAVE](#)
- [☰ FUENTES DE INGRESOS](#)
- [☰ CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES](#)
- [☰ RELACIONES CON LOS CLIENTES](#)
- [☰ RECURSOS CLAVE](#)
- [☰ ACTIVIDADES CLAVE](#)
- [☰ ESTRUCTURAS DE COSTES](#)

