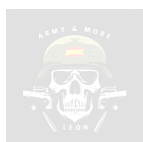




Carles Moncho Alemany
Hugo Martín Muñoz
Óscar Martín Jiménez
Daniel Lozano Jiménez
Joan Montalar Ródenas

ÍNDICE:

¿CÓMO SE NOS OCURRIÓ LA IDEA?	2
Visión.....	2
Equipo de trabajo.....	2
1.PROPOSICIÓN DE VALOR	3
2.SEGMENTACIÓN DE MERCADO	4
3.SOCIEDADES CLAVE	6
3.1.Proveedores.....	6
4.FUENTES DE INGRESO	7
4.1.Previsión de ingresos:.....	7
5.CANALES	9
6.RELACIONES CON EL CLIENTE	12
7.RECURSOS CLAVE	13
UCFAS.....	14
7.2.ELECCIÓN DEL LOCAL	15
8.ACTIVIDADES CLAVE	16
9.ESTRUCTURA DE COSTES	18
9.1.Costes fijos:.....	18
9.2.Costes variables:.....	19
9.3.Presupuesto inicial:.....	19
9.4.Otros costes.....	20
9.5.Ejemplo.....	22
10.VALORACIÓN GLOBAL	24



¿CÓMO SE NOS OCURRIÓ LA IDEA?

Basándonos en ciertas necesidades que tenemos los alumnos de la Academia Básica del Aire y del Espacio, hemos visto que sería necesaria una tienda (tanto física como online) en el pueblo donde se localiza: La Virgen del Camino, León.

En muchas ocasiones hemos tenido que depender de la SEINT (donde se nos abastece de todo el material de dotación), pero eso tiene varios inconvenientes, como por ejemplo, el tiempo que se tarda en conseguir que te cambien una prenda de ropa, o pasar la entrevista. Con una tienda física en el pueblo se agiliza mucho todo esto. En un momento se va a la tienda a comprar lo que necesites y ya.

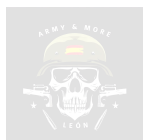
En nuestra tienda venderíamos desde UCFAS de los tres ejércitos y uniformes de bonito, hasta galones y complementos varios de las Fuerzas Armadas así como uniformes y otros complementos del resto de cuerpos policíacos de España (CNP, GC, policías locales, autonómicas, etc.)

Visión

Nuestro objetivo es convertirnos en la principal tienda nacional de referencia en ropa y accesorios militares y policiales. Además de ser reconocidos por la excelencia en la calidad de nuestros productos, el diseño innovador y la satisfacción de nuestros clientes. Queremos ser más que una tienda; aspiramos a ser una marca de confianza que represente la pasión por la durabilidad, la funcionalidad y el estilo militar y policiales.

Equipo de trabajo

La idea es que los primeros trabajadores fuésemos los propios socios, ya que al ser militares nos apasiona la venta de estos productos. En el caso de que la empresa creciese y nos tuviéramos que expandir abriendo otros locales, contrataríamos gente del mismo perfil.



1.PROPOSICIÓN DE VALOR

Calidad y Durabilidad: Nos comprometemos a ofrecer productos de la más alta calidad y durabilidad, cumpliendo con los estándares exigidos por las fuerzas armadas.

Variedad y Selección: Buscamos proporcionar a nuestros clientes una amplia gama de productos para satisfacer sus necesidades específicas, ya sean profesionales militares o entusiastas del aire libre.

Servicio al Cliente: Nuestro equipo de servicio al cliente estará disponible para brindar asistencia y responder preguntas, garantizando una experiencia de compra positiva.

The screenshot displays the ARMY & MORE website interface. On the left, a sidebar lists categories: 'Categorías', 'Todos los productos', 'Los más vendidos', 'Ropa' (with sub-items: Camisetas, Chaquetas, Pantalones, Polos, Ropa térmica, Sudaderas, Uniformes), 'Accesorios', 'Outdoor', and 'Accesorios de acampada'. The main content area features a top navigation bar with 'ARMY & MORE' and links for 'Inicio', 'Tienda Online', 'Sobre nosotros', 'Contacto', 'Preguntas frecuentes', 'Clientes satisfechos', 'Política de privacidad', and 'Cesta'. Below this, three product cards are shown: 'Brújula con espejo' (4.99 €), 'Funda vivac verde' (54.99 €), and 'Cubiertos de campaña árido' (14.99 €). A second navigation bar is visible below the products, followed by a 'Preguntas frecuentes' section with a list of questions: 'Envíos', '¿Qué hago si mi pedido no llega?', 'Revisar el estado de mi pedido', and '¿Qué pasa si no estoy en casa cuando llega mi pedido?'.

