

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este plan de negocio es desarrollar una plataforma web innovadora que permita a cualquier persona materializar sus ideas a través de la impresión 3D, eliminando las barreras tradicionales del diseño y la fabricación de prototipos. Nuestra propuesta combina herramientas de última generación con inteligencia artificial para democratizar el acceso a la impresión 3D, facilitando el proceso creativo y permitiendo que cualquier usuario, sin importar su experiencia, pueda dar vida a sus proyectos de manera sencilla y personalizada.

Muchas ideas nunca se materializan debido a la complejidad y los costos asociados con la fabricación de prototipos: la inversión en impresoras especializadas, el aprendizaje de software de diseño técnico y el conocimiento avanzado sobre materiales representan obstáculos significativos. Nuestra plataforma elimina estas barreras al ofrecer un software intuitivo impulsado por inteligencia artificial, capaz de asistir al usuario en el diseño de cualquier objeto que se imagine. Esta tecnología no solo simplifica el proceso de diseño, sino que también proporciona recomendaciones inteligentes sobre los materiales y técnicas de impresión más adecuados para cada proyecto.

Por ejemplo, un arquitecto que necesite crear una maqueta de un puente podrá acceder a nuestra plataforma, describir su idea o realizar bocetos simples, y nuestro software de inteligencia artificial transformará esa visión en un modelo tridimensional listo para imprimir. De esta manera, nuestra plataforma no solo se convierte en una herramienta de diseño accesible, sino también en un aliado creativo que empodera a las personas para transformar sus ideas en realidad.

Con esta propuesta, buscamos revolucionar la impresión 3D al combinar innovación tecnológica y sostenibilidad, proporcionando acceso global a herramientas avanzadas y

eliminando las barreras que limitan el potencial creativo de las personas.



1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL)

MACROENTORNO (ANÁLISIS PESTEL)

• Factores políticos: 	• Factores económicos:
- SITUACIÓN POLÍTICA ACTUAL	- SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL
- INICIATIVAS GUBERNAMENTALES	- POLÍTICA ECONÓMICA DEL GOBIERNO
- POLÍTICA DE SUBVENCIONES	- INFLACIÓN 
- POLÍTICA FISCAL	
• Factores socioculturales:	• Factores tecnológicos: 
- EDAD MEDIA DE LA POBLACIÓN	- VELOCIDAD DE INNOVACIONES
- NIVEL EDUCATIVO 	- COSTO DE ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS
- NIVEL DE INGRESOS	- NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN
- CAMBIOS EN HABITOS DE CONSUMO	- NUEVAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN
• Factores ecológicos: 	• Factores legales: 
- CONCIENCIA SOCIAL ECOLÓGICA	- LEYES DE PROPIEDAD INTELECTUAL
- REGULACIÓN SOBRE EL CONSUMO	- LEY DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

FACTORES POLÍTICOS

SITUACIÓN POLÍTICA ACTUAL:

España es un estado democrático, cuya forma política es una monarquía parlamentaria.

En 2024, la situación política en España se caracteriza por una combinación de desafíos internos y externos, marcada por un contexto de polarización política, complejidad en las alianzas parlamentarias y debates sobre temas clave como la economía, la territorialidad y los derechos sociales.

INICIATIVAS GUBERNAMENTALES:

En España, el gobierno ha implementado diversas iniciativas para apoyar a las empresas, especialmente en áreas clave como la digitalización, la sostenibilidad y la internacionalización. Algunas de las principales iniciativas son:

1. Ayudas y subvenciones para la digitalización.
2. Plan de impulso a la sostenibilidad.
3. Fomento de la internacionalización.
4. Medidas fiscales y de apoyo financiero.

POLÍTICAS DE SUBVENCIONES:

En España, las políticas de subvenciones para empresas son fundamentales para fomentar la competitividad, la innovación, la digitalización y la sostenibilidad de las compañías. Estas subvenciones, tanto a nivel nacional como regional, están dirigidas a empresas de diferentes tamaños, con un enfoque especial en las pymes. A continuación, se detallan algunas de las principales políticas y programas de subvenciones disponibles para las empresas en España.

- Plan de recuperación, transformación y resiliencia.
- Programas del instituto de crédito oficial (ICO).
- Subvenciones para la internacionalización.
- Subvenciones para la innovación y la investigación.
- Subvenciones para la sostenibilidad y la economía verde.
- Subvenciones para la formación y capacitación

POLÍTICA FISCAL:

La política fiscal en España para las empresas está diseñada para promover el crecimiento económico, la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. Las principales medidas fiscales que afectan a las empresas en España en la actualidad son:

- Impuesto sobre sociedades
- Deducciones y bonificaciones fiscales
- Tipos impositivos y exenciones autonómicas
- Impuesto sobre el valor añadido
- Sistema de financiación y apoyo fiscal

FACTORES ECONOMICOS:

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL:

La economía española es una de las principales de Europa y se caracteriza por su diversificación, aunque con una dependencia significativa de sectores clave como el turismo y los servicios. En 2024, se enfrenta a desafíos globales y locales, pero también aprovecha oportunidades de transformación, la economía española muestra una evolución positiva pero moderada, con

1. Crecimiento Económico:

- Se estima un crecimiento del PIB del 1,5% en 2024, una desaceleración respecto al 2,5% registrado en 2023.

2. Inflación:

- La inflación se ha reducido significativamente, situándose en torno al 3,4% para finales de 2024. La inflación subyacente (excluyendo alimentos y energía) también ha mostrado una mejora importante

POLÍTICA ECONÓMICA DE GOBIERNO:

La política económica del gobierno español hacia las empresas en 2024 se centra en estimular el crecimiento sostenible, la digitalización y la transición verde, al tiempo que se mantiene el compromiso con la estabilidad fiscal. Los principales elementos de esta política son:

- **Plan de recuperación, Transformación y Resiliencia**
- **Apoyo a las Pymes y Autónomos**
- **Reformas fiscales y de Mercado Laboral**

INFLACIÓN:

En 2024 la inflación en España ha disminuido en comparación con los picos de 2022, pero sigue por encima de los niveles tradicionales debido al aumento de los precios de la energía, alimentos y servicios. Aunque ha habido una desaceleración, los precios, especialmente de alimentos, siguen subiendo. El gobierno ha implementado medidas para controlar la inflación, pero sigue siendo un tema de preocupación.

FACTORES SOCIOCULTURALES:

Los factores socioculturales en España incluyen la diversidad regional, con lenguas y tradiciones propias, que genera riqueza cultural pero también tensiones. La familia sigue siendo central, aunque su estructura ha cambiado, con más hogares unipersonales y retraso en la formación de nuevas familias. Aunque el catolicismo predomina, la práctica religiosa ha disminuido, pero las festividades siguen siendo relevantes. El envejecimiento de la población plantea desafíos sociales, y la inmigración ha aumentado la diversidad cultural. Además, la educación enfrenta desigualdades, y la cultura popular, como el fútbol y los festivales, es esencial. La desigualdad social y económica sigue siendo un reto importante.

EDAD MEDIA DE LA POBLACIÓN:

La edad media de la población en España es de 45 años. Se refleja un envejecimiento de la población del país, por una baja tasa de natalidad y la creciente esperanza de vida.

NIVEL DE INGRESOS:

El ingreso promedio de una familia en España en 2024 estará alrededor de los 24.000-25.000 euros anuales. Aunque hay importantes diferencias según la región, contexto socioeconómico...

CAMBIOS EN HÁBITOS DE CONSUMO:

En los últimos años, los hábitos de consumo en España han cambiado notablemente debido a factores económicos y tecnológicos. Se destaca el aumento de las compras online, la creciente conciencia sobre sostenibilidad, y un mayor control del gasto debido a la crisis económica. Además, los consumidores prefieren experiencias sobre productos materiales, optan por dietas más saludables y están impulsando la economía colaborativa. También ha crecido el uso de servicios de suscripción y la digitalización de servicios como la banca online y la telemedicina. Estos cambios reflejan una transformación profunda en la sociedad española.

Esto nos produce una ventaja para nuestro negocio ya que el fomento de la digitalización, las nuevas tecnologías, el aumento de las compras online... produce que nuestra empresa sea más llamativa para el público.

FACTORES TECNOLÓGICOS:

Los factores tecnológicos en España impulsan el desarrollo económico, social y empresarial, destacando en infraestructura tecnológica, innovación, digitalización, sostenibilidad e industria 4.0, aunque enfrentan retos significativos.

1. **Infraestructura tecnológica:** España lidera en cobertura de fibra óptica y desarrolla redes 5G, con más del 90% de hogares conectados a internet, facilitando la digitalización.
2. **Innovación y desarrollo:** Invierte un 1,4% del PIB en I+D, con avances en energías renovables, biotecnología y salud, y un dinámico ecosistema de startups en ciudades clave.
3. **Transformación digital:** El plan España Digital 2026 prioriza la digitalización en educación, sanidad e industria, con adopción creciente de IA, big data y automatización.
4. **Energía y sostenibilidad:** Pionera en energías renovables y movilidad sostenible, fomenta tecnologías limpias y proyectos de smart cities.
5. **Industria 4.0:** Se adapta a la automatización, IoT y ciberseguridad, modernizando sectores clave como agricultura y manufactura.

Retos: Persisten desafíos como la brecha digital, baja inversión en I+D, dependencia tecnológica y falta de formación avanzada

VELOCIDAD DE INNOVACIÓN:

España ha avanzado en innovación con hubs tecnológicos destacados, liderazgo en energías renovables, digitalización impulsada por el plan España Digital 2026 y colaboración en I+D respaldada por programas europeos. Sin embargo, enfrenta retos como baja inversión en I+D, dificultades para que las PYMES adopten tecnologías, regulaciones poco ágiles y desigualdad en acceso tecnológico entre regiones. Superar estos desafíos es clave para consolidar su posición en Europa.

COSTO DE ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS:

El costo de acceso a nuevas tecnologías en España depende de factores como infraestructura avanzada (fibra óptica y 5G), altos precios en licencias de software y equipos especializados, y la inversión en formación. Las tecnologías sostenibles tienen costos iniciales elevados, aunque rentables a largo plazo. Las regiones rurales enfrentan mayores costos por la desigualdad en infraestructuras. A pesar de subvenciones gubernamentales y europeas, la burocracia limita su efectividad. Reducir la dependencia tecnológica externa y fomentar la inversión serán clave para mejorar la accesibilidad.

NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN:

Las nuevas formas de producción están revolucionando la fabricación de bienes y servicios mediante tecnología avanzada y sostenibilidad, priorizando eficiencia, flexibilidad y personalización:

1. **Producción digital y automatizada:** Uso de impresión 3D, automatización industrial y *digital twins* para optimizar procesos y reducir desperdicios.
2. **Industria 4.0 y conectividad:** IoT, big data e inteligencia artificial mejoran la productividad y la toma de decisiones.
3. **Producción sostenible:** Economía circular, energías renovables y ecodiseño reducen el impacto ambiental.
4. **Producción personalizada y flexible:** Adapta productos a necesidades específicas con manufactura flexible.
5. **Colaboración hombre-máquina:** Robots y realidad aumentada potencian seguridad y precisión en tareas complejas.
6. **Producción descentralizada:** Micro Fábricas y redes distribuidas acercan la fabricación al consumidor, reduciendo costos.

NUEVAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN:

Las nuevas formas de distribución están revolucionando la logística con tecnologías avanzadas y un enfoque en sostenibilidad. Las tendencias clave incluyen el comercio electrónico con soluciones innovadoras para la última milla, logística automatizada con robots y vehículos autónomos, omnicanalidad, micro-distribución mediante dark stores y hubs urbanos, sostenibilidad con vehículos eléctricos y empaques ecológicos, el uso de inteligencia artificial y big data para optimizar rutas, y la distribución colaborativa a través de plataformas compartidas. Estas tendencias mejoran la eficiencia, personalización y sostenibilidad en la distribución.

FACTORES ECOLÓGICOS:

Los factores ecológicos en las empresas de España influyen en su adaptación hacia modelos más sostenibles. Destacan las regulaciones ambientales, como la Ley de Cambio Climático, que promueven energías renovables y la economía circular. La transición energética y el uso de tecnologías verdes impulsan el autoconsumo y la reducción de emisiones. La sostenibilidad se convierte en una ventaja competitiva, con consumidores que valoran prácticas responsables y certificaciones ecológicas. Además, la conciencia social y los desafíos del cambio climático presionan a las empresas a

gestionar recursos como el agua de forma eficiente. La sostenibilidad es ahora clave para la competitividad empresarial.

CONCIENCIA SOCIAL ECOLÓGICA:

La conciencia social ecológica en España ha crecido significativamente, impulsada por la preocupación por el cambio climático y la sostenibilidad. La población muestra mayor interés en prácticas responsables como el reciclaje, la reducción del consumo de plásticos y el uso de energías renovables. Iniciativas gubernamentales y campañas de sensibilización han fomentado esta mentalidad, mientras que las empresas integran la sostenibilidad en sus estrategias para alinearse con las expectativas sociales. A pesar de estos avances, persisten retos como la necesidad de mayor educación ambiental y la reducción de la brecha entre las zonas urbanas y rurales en acceso a recursos sostenibles.

REGULACIÓN SOBRE EL CONSUMO:

La regulación del consumo en España protege a los consumidores, fomenta la transparencia y promueve la sostenibilidad. Incluye normas sobre derechos básicos, comercio electrónico, etiquetado, publicidad y control de precios en sectores esenciales.

Además, impulsa el consumo sostenible a través de la gestión de residuos, productos ecológicos y la promoción de energías limpias. Estas regulaciones buscan equilibrar la seguridad del consumidor con prácticas responsables y adaptarse a los desafíos actuales.

FACTORES LEGALES:

LEYES DE PROPIEDAD INTELECTUAL:

La Ley de Propiedad Intelectual protege a las empresas en España al garantizar derechos sobre sus creaciones, como software, diseños y campañas publicitarias. Regula el uso de obras de terceros, exigiendo licencias para evitar infracciones, y establece que las obras creadas por empleados pueden pertenecer a la empresa según los contratos. También fomenta la explotación económica de activos intangibles, permite licencias comerciales y asegura protección internacional. La ley es clave para resguardar innovaciones y fomentar la competitividad empresarial.

LEY DE CONSUMIDORES Y USUARIOS:

La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios en España garantiza derechos como protección frente a prácticas desleales, información clara, seguridad en productos y garantías de 3 años. Regula devoluciones, contratos online, prohíbe cláusulas abusivas y asegura trato justo en servicios básicos. Además, facilita reclamaciones mediante mediación o arbitraje, promoviendo transparencia y equidad en las relaciones entre consumidores y empresas.

1.2. 5 FUERZAS DE PORTER

Las Cinco Fuerzas de Porter es un modelo estratégico para analizar el entorno competitivo de una industria. Este modelo ayuda a entender los factores que afectan la rentabilidad y la competitividad de una empresa dentro de su sector.

Las cinco Fuerzas de Porter son las siguientes:

1.El poder de negociación de los compradores:

Esta fuerza describe el impacto que los clientes pueden tener sobre la industria. Si los compradores tienen un poder significativo, pueden influir en los precios y en la calidad de los productos o servicios. Los compradores tienen más poder cuando hay muchas opciones disponibles, pueden cambiar de proveedor fácilmente, o si el producto o servicio no es percibido como único.

2.El poder de negociación de los proveedores:

Esta fuerza se refiere al poder que tienen los proveedores sobre las empresas que compran sus insumos. Los proveedores tienen más poder cuando son pocos, ofrecen productos únicos o no fácilmente reemplazables, o cuando las empresas dependen en gran medida de ellos. Si los proveedores pueden influir en los precios o la calidad, pueden afectar la rentabilidad de las empresas del sector.

3.La amenaza de nuevos entrantes:

Esta fuerza analiza la facilidad o dificultad con la que nuevos competidores pueden ingresar a un mercado. Si una industria es muy rentable, atraerá a nuevos competidores, lo que puede reducir las ganancias de las empresas establecidas. La amenaza es mayor si hay barreras de entrada bajas, como costos bajos de capital, acceso fácil a canales de distribución, o regulaciones poco estrictas.

4.La amenaza de productos o servicios sustitutos:

Esta fuerza hace referencia a la posibilidad de que los consumidores elijan productos o servicios alternativos a los que ofrece una empresa. Los productos sustitutos limitan el potencial de ganancias porque ofrecen una opción a los clientes y pueden hacer que los precios bajen. Cuanto más fácil sea para los consumidores encontrar un sustituto, mayor será la presión competitiva.

5.La rivalidad entre competidores existentes:

La competencia entre las empresas que ya están en la industria es la fuerza más conocida. Si existe una fuerte competencia entre las empresas, los precios pueden disminuir y las empresas deben invertir en innovación y marketing para diferenciarse. La rivalidad es mayor cuando hay muchos competidores, los productos son similares o la industria crece lentamente.

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter tiene varios propósitos:

-Evaluación de la rentabilidad: Ayuda a determinar la rentabilidad potencial de una industria, permitiendo a las empresas entender las fuerzas que afectan los márgenes de beneficio y la sostenibilidad a largo plazo.

-Estrategias competitivas: Facilita la identificación de estrategias para enfrentar a los competidores, cómo diferenciarse, reducir costos o encontrar nichos de mercado.

-Toma de decisiones informadas: Permite a las empresas tomar decisiones más fundamentadas sobre inversiones, alianzas, fusiones y adquisiciones, y expansión de mercado.

-Prevención de amenazas: Identifica amenazas externas como nuevos competidores o sustitutos que podrían poner en riesgo la competitividad de la empresa.

Por tanto, Las Cinco Fuerzas de Porter es una herramienta clave para entender las dinámicas del mercado, evaluar la posición competitiva de una empresa y formular estrategias para mejorar su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



1.3. TIPO DE EMPRESA

Se trata de una empresa de fabricación aditiva, es una empresa la cual utiliza procesos de fabricación de objetos usando impresión 3D en lugar de los procesos habituales como moldeado o el mecanizado.

La fabricación aditiva, permite crear piezas y objetos complejos con alta precisión, personalización y eficiencia, reduciendo desperdicios de material y costos asociados a herramientas muy específicas.

Las características de este tipo de empresa, se basa en 2:

1.Tecnología utilizada:

*Impresoras 3D

*Materiales diversos como plásticos, resinas, metales, cerámicas e incluso materiales orgánicos.

2.Productos y servicios ofrecidos:

***Prototipo rápido:** creación de prototipos funcionales o conceptuales para diseñadores, ingenieros o industrias

***Producción personalizada:** piezas únicas o de bajo volumen, adaptadas a necesidades específicas

***Fabricación de piezas finales:** productos listos para su uso incluyendo herramientas, objetos, etc..

1.4. CARGOS Y EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD

Se refiere a la estructura organizativa dentro de una empresa o sociedad, determinada por los puestos o roles asignados a las personas dentro de la misma. Dependiendo de la estructura jurídica y las necesidades operativas, una sociedad puede tener diferentes cargos y empleados que cumplen funciones específicas para el buen funcionamiento de la organización.

1.Cargos en la Sociedad

Los cargos dentro de una sociedad o empresa son los puestos de responsabilidad asignados a las personas que integran la organización. Estos cargos suelen estar

jerárquicamente organizados y cada uno tiene responsabilidades y autoridad en función de su posición. Los cargos más comunes en una sociedad:

Socios

Personas que han aportado capital o recursos a la empresa y tienen derechos sobre sus ganancias. Dependiendo del tipo de sociedad (sociedad anónima, limitada, colectiva, etc.), los socios pueden ser:

- **Socios fundadores:** Son aquellos que establecen la sociedad y tienen derechos decisionales importantes.
- **Socios capitalistas:** Aquellos que aportan capital, pero no necesariamente participan en la gestión de la empresa.
- **Socios industriales:** Son aquellos que contribuyen con trabajo o conocimientos técnicos y no con capital.

Consejo de Administración

Es el órgano encargado de tomar las decisiones estratégicas y supervisar la gestión de la empresa. Formado generalmente por los accionistas mayoritarios o personas designadas por ellos.

Directores

Son responsables de la gestión operativa de la empresa. El director general o el CEO (Chief Executive Officer) es la figura de mayor autoridad en la gestión diaria de la sociedad. Existen también directores de áreas específicas (finanzas, marketing, recursos humanos, etc.), que se encargan de supervisar las distintas funciones dentro de la empresa.

Gerentes

Los gerentes tienen a su cargo la supervisión de equipos o departamentos dentro de la empresa. Están en un nivel intermedio de la jerarquía organizativa y son responsables de la implementación de las estrategias definidas por la alta dirección.

Administradores

En algunas sociedades, especialmente en las sociedades limitadas o sociedades civiles, existen administradores que son responsables de la toma de decisiones y la gestión diaria de la empresa. Pueden ser nombrados por los socios y pueden ser personas externas o internas a la sociedad.

Otros cargos

- **Secretario:** En muchas sociedades, el secretario tiene un papel clave en la organización de las juntas de socios y la documentación legal.
- **Tesorero:** Se encarga de las funciones financieras, como la administración del flujo de caja y la supervisión de los fondos de la empresa.
- **Contador:** Responsable de llevar los registros contables y financieros de la sociedad.

2. Empleados de la Sociedad

Son todas las personas que trabajan bajo las órdenes de la empresa a cambio de un salario. Estos empleados no tienen la misma participación en la propiedad o la toma de decisiones como los socios o directivos, pero su trabajo es esencial para la operatividad de la empresa.

Tipos de empleados

- **Empleados administrativos:** Son los que se encargan de tareas burocráticas, como gestión de documentos, atención al cliente, soporte administrativo, etc.
- **Empleados operativos:** Son aquellos que realizan actividades productivas o de servicio directamente relacionadas con la producción o el servicio que ofrece la sociedad.
- **Empleados de ventas y marketing:** Su tarea es promover los productos o servicios de la empresa, captar clientes y aumentar las ventas.
- **Personal de soporte técnico:** Aquellos empleados encargados de la infraestructura tecnológica, mantenimiento y soporte interno.

Relación laboral

Los empleados suelen tener una relación laboral formal con la empresa, lo que implica la firma de un contrato de trabajo que establece las condiciones de empleo, como salario, horarios, beneficios, y responsabilidades.

3. Relación entre Cargos y Empleados

La relación entre los cargos y los empleados se define principalmente por la jerarquía y las funciones dentro de la organización. Los cargos de mayor responsabilidad suelen tomar las decisiones estratégicas, mientras que los empleados realizan las tareas diarias que permiten que la sociedad opere. La organización de estos cargos y empleados debe ser eficiente y clara para garantizar que todos los miembros de la sociedad trabajen hacia los mismos objetivos.

- **Jerarquía:** La jerarquía organizacional establece una cadena de mando dentro de la sociedad, lo que asegura que las decisiones se tomen de manera ordenada y que cada empleado tenga claras sus responsabilidades y quién es su superior directo.

- **Especialización:** Cada cargo está diseñado para que los empleados se especializan en un área específica, permitiendo una mayor eficiencia en la gestión de la sociedad.

4. Importancia de los Cargos y Empleados en la Sociedad

- **Eficiencia operativa:** Los cargos bien definidos aseguran que la empresa tenga una estructura organizada y que cada persona sepa exactamente cuáles son sus responsabilidades.
- **Toma de decisiones:** Los cargos directivos y los órganos de administración son fundamentales para la correcta toma de decisiones estratégicas y operativas en la sociedad.

- **Motivación y desarrollo profesional:** Un sistema de cargos claro también permite a los empleados visualizar su carrera dentro de la empresa y tener oportunidades de crecimiento.
- **Cumplimiento legal y regulatorio:** En sociedades jurídicas, los cargos de los socios y administradores son fundamentales para cumplir con las normativas legales y fiscales.

1.5. ANÁLISIS DAFO



En el DAFO podemos ver Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la empresa.

Tanto las debilidades como las fortalezas son internas de la empresa y externas serían las amenazas y las oportunidades.

Debilidades (Factores internos negativos):

1. **Elevada inversión inicial:** La adquisición de impresoras 3D, maquinaria para reciclaje y otros equipos supone un gasto significativo para la puesta en marcha.
2. **Dificultad inicial para atraer clientes:** Si bien el concepto es innovador, la falta de reconocimiento de marca y el desconocimiento de los clientes pueden ser barreras al principio.
3. **Alto consumo energético:** Las operaciones, especialmente relacionadas con las impresoras 3D y el procesamiento de materiales reciclados, implican un gasto elevado de energía, lo que puede afectar los márgenes.
4. **Curva de aprendizaje del cliente:** Algunos usuarios pueden no estar familiarizados con el diseño 3D, lo que podría requerir esfuerzos adicionales en educación o soporte.

Fortalezas (Factores internos positivos):

1. **Diferenciación en el mercado nacional:** Hay pocas empresas en el ámbito nacional que integren diseño e impresión 3D con materiales reciclados, lo que representa un claro factor distintivo.
2. **Compromiso con la sostenibilidad:** La propuesta respalda valores medioambientales, atrayendo a consumidores y empresas concienciadas con el impacto ecológico.
3. **Amplio rango de clientes potenciales:** Desde particulares hasta empresas, diseñadores, arquitectos y estudiantes, la oferta tiene una versatilidad atractiva.
4. **Innovación tecnológica:** El uso de inteligencia artificial para simplificar el diseño posiciona a la empresa como una opción moderna y accesible.
5. **Producto accesible y personalizable:** Adaptabilidad para satisfacer las necesidades de diversos clientes con un enfoque personalizado.

Amenazas (Factores externos negativos):

1. **Incremento de la competencia:** El sector de la impresión 3D está en auge, lo que puede generar la entrada de nuevos competidores, incluidos grandes actores internacionales.
2. **Mal uso del servicio:** Los usuarios podrían utilizar las herramientas para fines inapropiados o incumplir normativas legales relacionadas con la impresión de objetos.
3. **Dependencia tecnológica:** El rápido avance de la tecnología puede hacer que los equipos actuales queden obsoletos en poco tiempo, generando costes adicionales.
4. **Volatilidad de precios:** La disponibilidad y los costes de los materiales reciclados pueden fluctuar dependiendo del mercado y de las regulaciones medioambientales.

Oportunidades (Factores externos positivos):

1. **Mercado emergente y en crecimiento:** La impresión 3D y la sostenibilidad son tendencias al alza, lo que facilita la entrada y expansión en un mercado con alta demanda potencial.
2. **Facilidad de acceso a maquinaria y materiales:** El abaratamiento progresivo de las tecnologías 3D y la disponibilidad de materiales reciclados abre puertas para optimizar costes.
3. **Satisfacción de necesidades no cubiertas:** Ofrecer una solución completa, accesible y personalizada para diseñar e imprimir prototipos permite captar clientes insatisfechos con las opciones tradicionales.
4. **Colaboraciones estratégicas:** Posibilidad de alianzas con empresas de reciclaje, instituciones educativas y otras entidades interesadas en sostenibilidad e innovación.
5. **Aumento de la conciencia ambiental:** El interés de consumidores y gobiernos por apoyar iniciativas sostenibles puede generar incentivos económicos y mayor aceptación de mercado.

1.6 LAS 7 “P” DE MARKETING



- **Producto:** La empresa ofrece la posibilidad de comprar o diseñar cualquier pieza dentro de unos estándares pautados por la empresa. Esto da la posibilidad a los clientes de diseñar aquello que imaginen con la facilidad que proporciona nuestro sistema de diseño automatizado por inteligencia artificial.
- **Precio:** Precios flexibles según el tamaño, material y complejidad del diseño, desde un euro hasta tarifas más altas para proyectos complejos. Descuentos para pedidos recurrentes y clientes específicos.

- **Plaza (Distribución):** El consumidor podrá diseñar el producto a través de la página web, disponible 24/7, el encargo será enviado a la dirección que proporcione el cliente o podrán recogerlo en nuestra tienda física o puntos “pick up”.
- **Promoción:** Campañas en redes sociales, marketing educativo, colaboraciones con influencers y participación en ferias tecnológicas.
- **Personas:** El personal trabajador será un personal cualificado y especializado en los materiales y técnicas a utilizar para poder guiar de forma correcta a nuestros clientes y así poder proporcionarles una experiencia profesional a la hora de diseñar e imprimir lo que deseen.

También tendremos personal especializado en el diseño de nuestra página web para ofrecer un servicio sencillo y claro para todos los públicos.

- **Proceso:** Diseño asistido por IA, personalización de materiales, impresión de alta calidad y entrega eficiente, con seguimiento en tiempo real.
- **Presentación:** Marca moderna, accesible y sostenible, con comunicación clara y visualmente alineada a la tecnología y el medio ambiente.

1.7 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

- **MISIÓN:** Nuestro objetivo es ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de diseñar productos personalizados, combinando alta calidad con precios accesibles. Nos comprometemos a emplear materiales reciclados en nuestros procesos, contribuyendo activamente al cuidado del medioambiente y adaptándonos a las necesidades de profesionales y particulares.
- **VISIÓN:** Aspiramos a convertirnos en la empresa de referencia para nuestros clientes, consolidando nuestra presencia nacional y expandiéndose al mercado internacional. Buscamos contribuir a un futuro sostenible mediante el uso innovador de materiales reciclados, generando un impacto positivo tanto en el medioambiente como en la sociedad.
- **VALORES:** Ofrecer la mejor atención al cliente, ofrecer un excelente servicio buscando al personal más adecuado para cada uno de nuestros sectores, crear una zona de confort para el cliente, satisfacer la demanda, estar abierto a posibles cambios y a nuevos conocimientos, mantener una formación continua

y crear un ambiente de confianza con nuestro cliente.

Misión, visión y valores de la empresa



1.8 DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- **DIMENSIÓN ECONÓMICA:** Nuestra empresa busca garantizar la viabilidad financiera mientras se promueven prácticas éticas. Esto incluye ofrecer productos asequibles, personalizados y sostenibles, maximizando la eficiencia gracias a la IA y la impresión 3D.
- **DIMENSIÓN AMBIENTAL:** Reducir el impacto ambiental al usar materiales reciclados o biodegradables en los procesos de impresión 3D. Implementar prácticas de economía circular y minimizar residuos mediante diseños optimizados por IA.
- **DIMENSIÓN SOCIAL:** Fomentar la inclusión y el acceso a servicios personalizados, como prótesis médicas, productos educativos, herramientas adaptadas o herramientas lúdicas. También, generar empleo local y capacitar a trabajadores en el uso de tecnologías innovadoras.
- **DIMENSIÓN ÉTICA:** Asegurar el uso responsable de la IA, garantizando la transparencia, la privacidad de los datos y la equidad en los algoritmos de diseño. Promover la creatividad ética, evitando copiar o infringir derechos de autor.



1

Dimensión Económica

Se refiere a la generación de valor para la empresa y sus stakeholders, con prácticas transparentes y justas.



2

Dimensión Ambiental

Involucra el compromiso con la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y la reducción del impacto ambiental.



3

Dimensión Social

Abarca el respeto por los derechos humanos, la equidad de género, la inclusión y la creación de valor social.



4

Dimensión Ética

Implica la aplicación de principios éticos en la toma de decisiones, la transparencia y la responsabilidad ante la sociedad.