

# Trabajo Fin de Grado

CREACIÓN DE NUEVA EMPRESA Y  
PRODUCTO  
“COOL SECURITY”  
CREATION NEW COMPANY AND PRODUCT  
“COOL SECURITY”

Autor

Guillermo Sánchez Nebra

Directora

Begoña Gutiérrez Nieto

Facultad de Economía y Empresa

Año 2017  
ÍNDICE:

- Resumen del trabajo..... página 3
- Introducción del trabajo..... página 5
- Análisis interno de la empresa..... página 12
- La responsabilidad social corporativa..... página 12
- Análisis PESTL..... página 15
- Estrategia de la empresa..... página 18
- Misión, visión y valores de la empresa..... página 18
- Investigación del mercado..... página 21
- Análisis de mercado..... página 23
- Segmentos de clientes, cliente potencial..... página 25
- Marketing relacional..... página 29
- Marketing mix..... página 32
- Plan económico financiero del proyecto..... página 36
- Tabla de costes y necesidad de financiación..... página 38
- Previsión de ingresos y gastos..... página 41
- Umbral de rentabilidad..... página 42
- Resultados económicos..... página 44
- Conclusiones..... página 46
- Bibliografía..... página 48
- Citas del trabajo..... página 49
- Anexos..... página 50
- Encuesta realizada..... página 55

## RESUMEN DEL TRABAJO:

Ante la creciente inseguridad a la hora de usar aparatos electrónicos conectados a Internet, creo que es necesario crear productos que ayuden a contrarrestar estos problemas de seguridad en los usuarios.

Una de estas situaciones de inseguridad está en la cámara web frontal de los ordenadores portátiles. Tras observar mucho en diferentes bibliotecas y lugares públicos en los que hay mucha gente usando los portátiles, he observado que muchas personas tienen su cámara frontal tapada con cualquier remedio casero, post-it, un trozo de papel y celo e incluso tiritas. Estos remedios me parecen poco estéticos, pero realmente son eficaces, dado que evitan ser observado mientras usas el ordenador. Desafortunadamente no todo el mundo conoce estos riesgos, por tanto, uno de los objetivos de este producto es concienciar a todos los usuarios de tecnología del peligro que corren si no toman precauciones.

Por tanto, el producto que se ha creado para solucionar este problema es una pegatina que tape la web Cam sin dañarla, es decir, con pegamento por el borde que no toque la lente y la manche para poder quitarla y ponerla todas las veces que haga falta usar la cámara frontal del portátil.

Con estas pegatinas, solucionamos el problema de la seguridad y además le damos un toque divertido y juvenil a nuestro ordenador, sustituyendo un remedio casero por unas pegatinas con diferentes diseños, entre los que destacan los emoticonos del WHATSAPP y otros que irán surgiendo a lo largo de la vida de la empresa.

Por tanto el producto creado sirve para mejorar la seguridad de los usuarios de tecnología y también como elemento decorativo para nuestros ordenadores que podrán sustituir estos remedios caseros con un producto económico y divertido.

## SUMMARY OF THE WORK:

Faced with increasing insecurity in the use of electronic devices connected to the Internet, I believe that it is necessary to create products that help counteract these security problems in users.

One of these situations of insecurity is in the front web camera of laptops. After watching a lot in different libraries and public places where there are many people using laptops, I have seen that many people have their front camera covered with any home remedy, post-it, a piece of paper and zeal and even strips. These remedies seem a little aesthetic, but they really are effective, since they avoid being observed while using the computer. Unfortunately not everyone knows these risks, therefore, one of the objectives of this product is to make all technology users aware of the danger they run if they do not take precautions.

Therefore, the product that has been created to solve this problem is a sticker that covers the web cam without damaging it, ie with glue by the edge that does not touch the lens and the spot to remove it and put it every time you do the front camera of the notebook is missing.

With these stickers, we solve the problem of security and also give a fun and youthful touch to our computer, replacing a home remedy for stickers with different designs, among them the emoticons of WHATSAPP and others that will arise along the life of the company.

Therefore the product created serves to improve the safety of technology users and also as a decorative element for our computers that can replace these home remedies with a cheap and fun product.

## INTRODUCCIÓN DEL TRABAJO:

### **Equipo promotor:**

#### **Datos personales:**

- Guillermo Sánchez Nebra, con DNI 73013806-F, vecino de Zaragoza, con domicilio en C/ Ateca, N° 39, 2ºA. Número de teléfono 618398323 y email [guisanebra@gmail.com](mailto:guisanebra@gmail.com)
- Nuria Sánchez Nebra, con DNI, vecina de Zaragoza, con domicilio en C/ Ateca, N°39, 2ºA.

#### **Datos académicos y laborales:**

- Guillermo, estudiante de Administración y Dirección de empresas por la Universidad de Zaragoza, en la actualidad trabaja a jornada completa como administrador en una empresa del sector de la construcción.
- Nuria, licenciada en Derecho por la Universidad de Zaragoza, en la actualidad trabaja como abogada laboralista en un despacho de abogados de Zaragoza.

#### **Experiencia previa en el sector:**

Si bien carecen ambos promotores de experiencia previa en el sector, no le es ajeno a sus respectivas actividades el trato comercial con clientes y proveedores. Además, sí que tienen experiencia en la creación y gestión de empresas.

#### **Experiencia previa como emprendedor:**

En el caso de Nuria, aunque no directamente, ha colaborado estrechamente en la creación de varias empresas de distinta índole.

Guillermo colabora estrechamente en la implantación en el mercado de la empresa en la que trabaja, ya que es de reciente creación.

#### **Futuros roles:**

- Nuria, ejercerá como gerente de la empresa, asumirá las labores administrativas, y las relaciones con el personal, las administraciones públicas etc... controlará las contrataciones tanto con clientes, como con proveedores. Y vigilará del estricto cumplimiento de la normativa fiscal, laboral y mercantil de la empresa.
- Guillermo, llevará el departamento comercial y de gestión y asumirá, (al menos por el momento) el control de la producción. Elaborará presupuestos, y hará los cálculos de costes de producción, comercialización y distribución del producto en venta.

#### **Capacidades que faltan en el equipo promotor:**

Se estima que para el inicio de la actividad no va a ser necesaria la presencia de más personas en el equipo promotor, si bien se tendrá que acudir a contratar con otras empresas para las labores de producción.

**Fecha de comienzo de la actividad:**

Se pretende ponerla en marcha en un plazo máximo de 6 meses.

**Sector de la actividad:**

Venta al por mayor de otros artículos de uso doméstico 4649 del código CNAE.

**Antecedentes del negocio:**

El negocio aparece como una oportunidad de mercado, no como algo que existiese antes de la invención del producto.

**Descripción del Producto a comercializar:**

La empresa ha sido fundada con el objetivo de crear, distribuir y comercializar productos innovadores de bajo coste y alta practicidad.

Son varios los productos en los que ya tenemos la idea muy elaborada, por ejemplo una nueva funda de móvil con contrapesos para evitar rupturas de pantalla, donde las almohadillas son pequeñas bolsas con toallitas higiénicas, fundas para el portátil que eviten rupturas por los golpes, y otro producto que ofrece seguridad pero en otro ámbito comercial, que consiste en un tape para los vasos de plástico utilizados en los macro festivales y fiestas multitudinarias, para evitar posibles desprendimientos de líquido que mojen a todas las personas de al rededor, y más importante aún, evitar que personas depositen drogas en vasos ajenos para poder violar o robar a las mismas. Esto por desgracia es algo muy común en los tiempos en los que nos encontramos, y con un simple tape podría evitarse o al menos dificultar ese comportamiento. El estudio principal lo vamos a hacer con un solo producto, a efectos de que quede más claro.

El producto en cuestión consiste en una pegatina para tapar la cámara web de los aparatos electrónicos que disponen de este complemento que a la vez de ser útil para comunicarnos con amigos, mediante estas cámaras podemos ser espiados por gente que dispone de los medios y los conocimientos para hackear nuestros ordenadores portátiles y ver a través de nuestra cámara sin que nosotros lo sepamos.

Tras conocer esta necesidad tan creciente entre todos los usuarios de tecnología y ver que la mayor parte de la gente conoce estos riesgos, observé durante un tiempo los ordenadores portátiles de mis compañeros de facultad, y me di cuenta de que la gran mayoría de los estudiantes de la universidad, tenían tapado el objetivo delantero de la

cámara del ordenador portátil de cualquier manera. Los principales métodos para ello eran, un trozo de papel pegado con celo, un post-it de cualquier color, o incluso una tirita.

El diseño inicial de la pegatina, consiste en un apósito que sea lo suficientemente grueso para evitar que se vea a través del mismo, en principio circular pero con idea de incrementar con todas las formas geométricas, según exigencias del cliente o de las marcas que comercializaremos con ellas. La pegatina, dispone de pegamento solo por la parte exterior, para que no manche la lente. También lleva incorporada una pequeña pestaña arriba para poder quitar y poner la pegatina sin problema. La pegatina puede ser cambiada, pero tiene un uso limitado si se despega muchas veces, he ahí la rotación del producto y a creación de nuevos diseños del producto.

### **Necesidades que soluciona nuestro producto:**

Tal y como hemos comentado en el apartado anterior, existe un problema de seguridad a la hora de utilizar productos tecnológicos con cámara web, también con Smart TV, electrodomésticos conectados a Internet. Con mi producto, soluciono estas inseguridades de uso de manera barata y divertida.

### **Con que tipo de producto compite:**

Después de que la idea se me ocurriera en la biblioteca de la universidad, pensamos que eso se le habría ocurrido a alguien más y consulté en Internet para asegurarme de que no era así. Tras estar un rato buscando en páginas de todo tipo, nos dimos cuenta de que sí había productos similares al nuestro.

Como ya explicaré más adelante, tras un análisis más exhaustivo del mercado, observamos que había otros productos que solucionaban el mismo problema que el mío, pero con problemas de formato o incluso de promoción del mismo.

Siempre se dice que es más importante saber vender un producto que tener buen producto, por tanto, la idea de los competidores como tal es buena, pero o no lo han comercializado bien o no lo han sabido vender en los lugares y a las personas adecuadas.

### **Aliados clave:**

La idea inicial sería, hacer la comercialización y venta directamente la empresa, estando siempre abiertos a cualquier alianza estratégica.

Dado que no disponemos de una fábrica de pegatinas, y nuestra idea es no entrar en unos costes iniciales muy elevados, habíamos pensado utilizar los diseños de alguna marca ya conocida como los emoticonos o la imagen comercial de alguna marca que quiera publicitarse.

Haciendo un pequeño estudio del mercado, los protectores de web cam son poco conocidos y sobre todo muy aburridos. En la misma búsqueda, aproveché a ver la comercialización de las pegatinas con emoticonos, ésta está en auge, dado que todo usuario de whatsapp utiliza de manera habitual.

Las pegatinas que se venden no están diseñadas para colocarse en el objetivo, dado que esta acabaría dañándose por el pegamento. El diseño que propongo es simple y la variación en la producción de las mismas sería mínima, pero el uso de la misma sería mucho mayor, dado que además de decorar como ya hacen las existentes, protege de manera segura y divertida.

Un aliado clave sería la empresa aragonesa Imaginarium, dado que fabrica dichas pegatinas, pero las vende de manera decorativa, sería bueno comentarles la idea y que ellos prestasen los diseños de las pegatinas o incluso fuesen fabricadas por ellos para iniciar con la venta de las mismas, tanto en las tiendas Imaginarium, como en los demás establecimientos que he comentado, copisterías, papelerías y todos los comercios cercanos a las universidades o zonas de jóvenes.

Otros aliados clave podrían ser empresas con renombre que quieran unir su imagen a la nuestra, ayudando a la seguridad a todos sus clientes. Posibles aliados serían los creadores de juegos de ordenador, dado que los clientes de los mismos suelen utilizar en gran medida estos productos y podrían requerir de los mismos.

### **Que es lo innovador de nuestro producto y el valor añadido que aporta:**

Lo innovador del producto es que utilizo un producto que está en pleno crecimiento de ventas, como son las pegatinas de emoticonos, y lo mejoramos en el sentido de que además de ofrecer estética visual ofrece una cosa tan importante como la seguridad visual ante posibles mirones.

Lo bueno es que entramos en un mercado que sigue creciendo y con él la delincuencia por Internet. Además, los productos sustitutivos que hay, no han llamado la atención de los usuarios, incluso los desconocen. Creo que realizando una buena campaña de publicidad y dándonos a conocer, podríamos conseguir una buena entrada en el mercado, teniendo una demanda cada vez mayor y afianzándonos para las futuras entradas de competidores.



*“El valor añadido que aporta al cliente final, es que soluciona un problema básico, de una manera que pretende ser económica, divertida y estética.”*

### **Que nos diferencia y cómo vamos a conseguir la exclusividad:**

Consiste en una pegatina circular, con un diámetro un centímetro mayor al tamaño de la cámara del portátil, con una pestaña para poder quitar y poner la pegatina con facilidad. El pegamento de las mismas, solo se encontrará por el exterior, es decir no llegará a tocar nunca la cámara web para evitar marcas en la lente. El pegamento será muy similar al que utiliza 3M, la empresa norteamericana para hacer el post-it, dado que el mismo se puede pegar y despegar varias veces sin perder su agarre y evita dejar ninguna marca que pueda perjudicar la lente.

Por tanto lo que nos diferencia del resto, es que hemos pensado una forma simple y mucho más económica que el resto de empresas que han fabricado productos similares para el mismo objetivo, conseguir seguridad al tener una cámara web.

Para conseguir la exclusividad de producción y distribución, la empresa ha decidido antes de comenzar la fabricación, patentar el producto, no solo con forma circular, si no con diferentes formas geométricas que sea más difícil la copia de nuestro producto, así podríamos conseguir la exclusividad durante unos años en los que consigamos una gran cuota de mercado.

La idea de distribución, es vender las pegatinas en grupos o packs de 10 en las cuales dispongas de diferentes modelos, para poder cambiarlas cuando te apetezca. El precio rondaría el 1€ por pack de 10, ofreciendo por poco dinero una seguridad necesaria de una manera divertida y jovial.

### **Clientes potenciales y dónde se va a vender:**

Se querrían establecer ventas, en tiendas especializadas en informática y kioscos, librerías, papelerías, copisterías... la idea principal de venta al público, es la de ofrecer a las tiendas las pegatinas como regalo, es decir, ofrecer packs individuales para que sean regaladas a los clientes que superen un precio mínimo de compra.

Con esto conseguiríamos una publicidad gratuita, dado que si una persona en la facultad tiene una pegatina como forma de tapar la webcam, el resto le verán. De entre todo, varias personas se fijarán y querrán una igual.

Más adelante, tras un par de semanas o un mes de promoción, en los mismos establecimientos antes mencionados, comenzaría la venta de los packs de 10, o una versión minimizada de 3 unidades que salga más barato que la anterior.

La venta directa a través de Internet, sólo podría hacerse para cantidades importantes, de modo que los gastos de envío no repercutieran en el precio final de manera excesiva. Otro motivo por el cual vender por Internet, es la venta al extranjero, dado que creemos que es un producto que en cualquier parte del mundo podrían demandarnos.

Otra vía de negocio, serían las empresas en general, como medio para hacer publicidad. Consistiría en ofrecer estas pegatinas a la empresa creando un diseño o diseños diferentes para poder regalar a sus clientes a través de una venta directa o servicio prestado. Esto serviría como publicidad para las dos partes, dado que la gente conocería la existencia de pegatinas para tapar la cámara y las empresas que den su diseño harán publicidad por medio del nombre o una imagen representativa.

Un convenio perfecto, en las que las empresas ofrecen su imagen para dar a conocer las pegatinas como nuevo producto, que así mismo da publicidad a la empresa que ofrece su nombre o imagen comercial.

En definitiva, nuestros clientes potenciales y principales son la gente joven, en especial los universitarios que la inmensa mayoría disponen de ordenador portátil. Mediante la venta a este grupo social, intentaríamos conseguir una fuerza de ventas elevado, dando a conocer nuestro producto al público.

Una vez conseguido afianzar a este sector, se vería con buenos ojos la venta a las empresas como medio de publicidad y de regalo a sus clientes (por ejemplo videojuegos de ordenador, marcas de ropa que dan obsequios por el gasto de un dinero determinado) y un largo etcétera de empresas que podrían ver con buenos ojos la incorporación de estas pegatinas a su merchandaising.

### **En qué fase se encuentra el proyecto:**

Por el momento está cerrado en cuanto a la idea y al diseño. Los precios que se han propuesto se han calculado con una alta producción, dado que cualquier empresa que le preguntemos para la fabricación del mismo nos va a exigir un pedido mínimo elevado. Incluso hemos comentado con una empresa en Zaragoza, Fotjomard, S.L. que estaría dispuesta a fabricar el producto, siempre que se le garantizase un pedido mínimo de 3000 euros. El precio individual y el desglose de este coste serán explicados mejor más adelante.

Por el momento las pegatinas se harían con imágenes no protegidas por derechos de autor, he ahí la necesidad de un diseñador gráfico que pudiese realizar un diseño para comercializar, o como hemos comentado antes, gracias al convenio con empresas para su publicidad.

Otra opción, que hemos comentado anteriormente es la posibilidad de proponer la idea a Imaginarium que fabrica pegatinas con un diseño muy similar a los de los emoticonos. Esta posibilidad es mucho más económica, dado que la empresa ya dispone de las pegatinas con un formato similar al que nosotros hemos pensado. La principal diferencia entre las pegatinas que esta empresa fabrica y las que nosotros queremos comercializar, es el pegamento que utiliza y el objetivo para el que están diseñadas.

La empresa que vende estas pegatinas, las ofrece como mero elemento decorativo, esto está bien, y puede llegar a todos los públicos, en especial para los jóvenes, dado que les encanta poner pegatinas y todo tipo de imágenes en sus carpetas y demás utensilios del colegio. Por tanto, tenemos una oportunidad muy buena las dos empresas, dado que sus pegatinas con un pegamento que no manche la lente de la cámara del portátil y una concienciación de la importancia de la seguridad a la hora de usar los aparatos electrónicos, podríamos conseguir una cuota de mercado mayor y una gran salida al mercado.

Últimamente está muy “de moda” el hackeo de todo tipo de aparatos electrónicos y el espionaje a través de ellos, por tanto es un gran momento para poder ofrecer una medida de seguridad ante un peligro creciente, de manera económica y divertida, incluso como una forma de publicidad para empresas por medio de las pegatinas.

Posteriormente, si el producto tiene éxito, se intentaría conseguir derechos de imagen, de marcas tan conocidas como Star Wars, Harry Potter, Marvel y todo tipo de sagas cinematográficas de gran éxito que diesen a conocer el producto de una manera más extensa y lleguen a un público más especial. Creemos que el mundo “friki” es muy bueno para crear productos nuevos, además estos utilizan los aparatos electrónicos de manera constante y si conseguimos llegar a ese público por medio de lo que más les gusta, podemos conseguir un gran número de ventas.

Dentro del apartado de la publicidad conjunta, veríamos muy factible y beneficioso, conseguir un convenio con alguno de los juegos más importantes de ordenador, que en la compra del mismo, vaya incluido un protector de cámara web, con la imagen o el nombre del mismo, haciendo ver a todo el mundo el juego que te gusta y pudiendo conseguir nuevos adeptos al mismo.

La tasa oficial de solicitud de patente en España a día de hoy es de 74,92 €. En caso de que la solicitud de patente en España se haga reivindicando prioridad internacional de otro país a este importe hay que sumar la tasa de prioridad extranjera 19,85 €.

El precio normal de la patente es de 600 euros, es el coste total al que me enfrentaría para poder patentar el producto en cuestión.

Se estima necesario el alquilar un local para oficina y almacén del producto final. Habría que darse de alta en la actividad del comercio al por mayor y solicitar la licencia municipal de instalación y apertura. Previamente se habría constituido una sociedad mercantil, sociedad limitada para ser más precisos, es la que se encargaría de desarrollar el negocio.

## ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

### **VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA:**

*“En general, decimos que una empresa posee una ventaja competitiva respecto a un rival o rivales cuando es capaz de crear más valor que ellos”.*

Una ventaja competitiva puede ser temporal o sostenible:

- Temporal: su duración se limita a un breve periodo de tiempo
- Sostenible: su duración se prolonga en el tiempo.

También podemos valorar una ventaja competitiva por el valor económico que proporciona al consumidor, es decir, el cliente valora más el producto que el precio que paga por él.

Creemos que nuestra empresa tiene una ventaja competitiva con respecto a nuestros rivales, por el mero hecho de solucionar un problema tan común como tapar la web cam de nuestros aparatos electrónicos con una simple pegatina con diferentes diseños divertidos y juveniles. Mucho más cómodo de tener puesto siempre, no se puede perder, fácil de quitar y poner todas las veces que quieras, precio muy bajo con respecto a los demás competidores y facilidad para encontrarlo en cualquier establecimiento.

Nuestra ventaja competitiva es temporal, sabemos que cualquier otra empresa que vea que esto tiene futuro podrá copiar la idea y competir contra nosotros, pero queremos hacerla sostenible gracias a la reducción constante de costes y las futuras alianzas con proveedores, nuevos diseños y nuevos puntos de venta.

### **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA:**

#### **Qué es la RSC?:**

*“Cada vez gana más peso la idea de que las buenas prácticas sociales, medioambientales y de gobierno corporativo son indicadores de la gestión de una compañía y de la creación de valor a largo plazo. Hace dos años eso era impensable y hoy los mercados financieros empiezan a creérselo.”*

(Pueyo, 2006).

Como bien sabemos, en la actualidad, la sociedad exige a una empresa mucho más que ofrecer un buen producto a un buen precio. Ahora es muy importante que la empresa cumpla unas normas sociales, medioambientales y económicas, ofreciendo mayor seguridad a la hora de comprar los productos que ofrecen.

Para conseguir esto, se creó hace ya varios años las prácticas de RSC para las empresas (Responsabilidad Social Corporativa). Esto consiste en que la empresa, a la hora de realizar sus actividades, tiene en cuenta que es importante salvaguardar el medio ambiente, los derechos de los trabajadores y la sostenibilidad económica de la compañía que hace que muchas personas dependan de ellas.

Nuestra empresa es de nueva creación, y además constará en sus inicios, solo de los socios fundadores como trabajadores, aun así, las técnicas de la RSC están muy presentes en nuestra actividad, siempre pensando en ofrecer nuestro producto de la mejor manera posible respetando las normas establecidas.

Con respecto al **tema social**, nuestros productos están pensados para proteger la seguridad de nuestros clientes, ofreciendo tranquilidad a la hora de utilizar las tecnologías que están muy instauradas en la vida diaria de muchas personas. Es un producto que está pensado para satisfacer una necesidad tan básica como la seguridad en un mercado tan avanzado y a veces desconocido como es la tecnología. Estos productos que queremos dar a conocer son sencillos, divertidos y verdaderamente útiles para la sociedad. Intentamos ofrecer lo que el cliente pide antes de que lo haga, creando una solución a una necesidad cada vez más creciente.

“Las empresas que están rompiendo el molde son aquellas que están viendo más allá de la responsabilidad social y la innovación. Estas empresas son la vanguardia de un nuevo paradigma, ven en las necesidades de la sociedad, oportunidades para desarrollar ideas y demostrar tecnologías, para encontrar y servir a nuevos mercados y para resolver problemas de negocio”.

Kanter, (2009)

En cuanto al **tema medio ambiental**, nuestra primera intención es realizar la actividad de nuestra empresa de la manera más limpia y sostenible posible, bien es cierto que sobre el papel, nuestro trabajo no conllevará una contaminación muy elevada del planeta, aunque bien es cierto que nuestro producto principal, las pegatinas, se realizarán con plástico o material similar, por tanto la concienciación del reciclaje de estos productos y la posibilidad de utilizar plástico reciclado son dos opciones que se barajan en la cúpula directiva.

Estas ideas deben ser valoradas, dado que no podemos aumentar los costes al principio de la actividad de manera ostentosa, por tanto analizando que alternativa es más económica y sostenible al mismo tiempo nos decantaremos por ella, siempre teniendo en cuenta el menor impacto sobre la naturaleza y el medio ambiente.

Por último, haciendo referencia al **tema económico**, podemos decir que nuestra empresa aparte de haberse creado para solucionar problemas de seguridad, también está pensada para ganar dinero, como es normal. Nuestra actividad, tendrá como objetivo obtener beneficios lo antes posible, eso si de manera sostenible y legal. Si nuestro producto tiene éxito, podemos satisfacer la necesidad de seguridad total a la hora de utilizar productos tecnológicos, que se encuentran en cualquier casa en la actualidad.

“Con la riqueza extrema viene una responsabilidad extrema. La responsabilidad para mí es crear nuevas empresas, crear trabajos, emplear a personas y separar dinero para afrontar problemas en los que podamos hacer la diferencia.”

Branson, (2007)

Una de las principales ideas de carácter económico que tenemos para el producto, es la venta a empresas más grandes de las pegatinas que servirían de publicidad directa de las dos empresas, la mía por las pegatinas que se darían a conocer y la empresa que se publicita en ellas que conseguiría dar a conocer su producto o sus servicios por medio del regalo de pegatinas individuales a clientes. Si estos utilizan la pegatina para lo que sirve de verdad, toda persona que vea esto se preguntará dónde puede conseguir esa pegatina o se informará acerca de la empresa que se publicita en la misma.

Es una acción de doble beneficio para las dos partes interesadas, incluso el propio cliente obtendrá de manera gratuita una forma para proteger su intimidad con la cámara web.

## ANÁLISIS PESTEL:

*“Es el análisis de los factores Políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales. Describe el marco de los factores macro ambientales de una empresa, utilizado en la exploración de los factores como un componente de la gestión estratégica.”*

(Johnsons, Scholes, y Whittington, 2009).

### **Entorno político:**

Nos encontramos en un país desarrollado, con una democracia instaurada durante años. En la actualidad, disponemos de un sistema político económico-liberal, por tanto en lo que se refiere a la apertura de nuevos negocios no vamos a tener demasiados problemas legales. La solidez política en España no es total, dado que existe mucha crispación con el tema nacionalista y los nuevos partidos populistas, que han conseguido desestabilizar el bipartidismo que se había impuesto en la historia democrática española.

El cuidado del medio ambiente, antes comentado en la RSC, tiene que ver con los valores éticos de la empresa, así que nuestra idea es respetar las normas estipuladas por la Ley 10/2013 del Instituto Aragonés de Gestión Ambiental, la Ley 11/2014, de 4 de Diciembre, de Prevención y Protección Ambiental de Aragón y las diversas leyes de protección medioambiental a nivel estatal.

En definitiva, el entorno político no va a ser un problema notable en la creación de la empresa y el emprendimiento que pretendemos en la nueva empresa.

### **Entorno económico:**

Podemos decir que la crisis del 2008 no ha llegado a disiparse del todo en la economía mundial, por tanto nos encontramos en un periodo confuso, en el cual, los mercados financieros no tienen una evolución normal, los tipos de interés no llegan a despegar y el mercado de valores no se atreve a decir que una nueva crisis financiera y de la construcción pueda volver a debilitar las economías mundiales.

A pesar de todo esto, nos encontramos en un entorno económico favorable a la creación de un negocio, dado que como hemos comentado los tipos de interés se encuentran en mínimos históricos, ayudando a que el emprendimiento sea más sencillo. Por desgracia, esta bajada de los tipos de interés solo beneficia a los bancos privados, dado que ellos se financian casi al 0% y los clientes finales no reciben estos beneficios sustanciales.

Otro tema importante a tener en cuenta es la inflación y el IPC, dos factores económicos que muestran el crecimiento de la economía de un país o región. Un incremento de la inflación puede ser un síntoma de crecimiento económico, puesto que aumenta el consumo y a la vez los precios, o por un aumento de la tasa de interés entre otros motivos.

El IPC si se ve incrementado, puede provocar una externalidad negativa a nuestra empresa, dado que si no aumentan los salarios de los clientes, estos se verán negativamente afectados en su poder adquisitivo, es decir, si cobran lo mismo que antes de subir el IPC, no serán capaces de comprar tanto como antes.

Tenemos que estar pendientes también del precio de las materias primas, plástico, pegamentos... aunque nuestra idea principal sea utilizar productos reciclados, gracias a la empresa que nos fabricará el producto.

Para finalizar, el entorno económico, puede ser una gran dificultad para el comienzo de nuestro negocio, dado que sin un aval serio y fiable, el coste de la financiación puede llegar a ser muy alto o incluso inviable para nuestra empresa emprendedora. El hecho de contar con algún tipo de subvención por jóvenes emprendedores facilitaría la puesta en marcha del negocio.

### **Entorno social:**

La sociedad en la que vivimos cada vez está más globalizada y conectada gracias a las tecnologías. Esto es una ventaja fantástica, porque lo que está de moda en Japón, en dos horas es conocido en todo el mundo. No todo son ventajas en la globalización extrema en la que vivimos, gracias a las tecnologías, los villanos de la red”, tienen mucho más sencillo delinquir sin ser vistos y sin que la persona que está sufriendo algún delito se entere.

La población cada vez está más envejecida, pero esto no impide que la misma utilice las tecnologías, de hecho todo lo contrario, jóvenes y mayores utilizan cada vez más los productos que se ponen a nuestra disposición, lo que diferencia a unos y a otros es su forma de utilizarlos y el conocimiento que tienen de los mismos y de sus riesgos.

Por tanto, el entorno social en el que nos encontramos, favorece de manera notable el consumo y conocimiento del producto estrella de nuestra empresa, las pegatinas que tapan la cámara del ordenador. Los conocimientos de las nuevas tecnologías son mayores, y los consumidores debemos tener en cuenta los riesgos que implica utilizar los mismos. Por ello, creemos que la sociedad entendería y aceptaría de una manera muy positiva la entrada en el mercado de estos productos para la seguridad a la hora de utilizar los dispositivos móviles y portátiles.

### **Entorno tecnológico:**



Como bien hemos comentado anteriormente, las nuevas tecnologías están cada vez más al alcance de todo el mundo, raro es ver a una persona que no tenga teléfono móvil u ordenador en casa. Los conocimientos informáticos son básicos, de hecho en la escuela, los niños en la actualidad aprenden casi simultáneamente a escribir a mano como a ordenador. Por tanto las tecnologías son parte de nuestra vida, por eso no deberían ser un impedimento a vivir tranquilos y con seguridad, todo lo contrario, deberían asegurarnos esa necesidad principal.

Creemos por tanto, que el entorno tecnológico en el que nos encontramos en la actualidad es propicio a la creación de un producto como el que queremos lanzar al mercado. Es primordial para el ser humano sentirse seguro, y más aún con algo que hacemos con total normalidad como es usar la tecnología en nuestro hogar o en cualquier lugar.

### **Entorno ecológico:**

La conciencia ecológica es primordial para que una empresa triunfe en la actualidad. Esta conciencia ecológica está muy instaurada en la sociedad y es esencial que también se vea institucionalizada en las empresas que ya existan y por supuesto, en las de nueva creación.

El papel de las pegatinas vendrá de bosques que cumplen la norma FSC y de plástico reciclado, ayudando al medio ambiente y al cumplimiento de la RSC, como antes hemos explicado.

Nuestra conciencia social va de principio a fin, intentando que todo el proceso productivo sea lo menos perjudicial al medio ambiente que podamos conseguir.

### **Entorno legal:**

Como hemos comentado anteriormente, el país en el que nos encontramos es totalmente liberal para la creación de empresas, lo único que deberemos hacer es pagar las licencias y los escritos necesarios para inscribir la empresa en el registro, y darnos de alta los partícipes del negocio en la seguridad social. En definitiva cumplir las leyes y normas establecidas a la hora de tratar con clientes y proveedores.

## ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

“Determinación de los objetivos a largo plazo para la empresa, así como la adopción de las acciones más adecuadas y la asignación de recursos necesarios para la consecución de dichos objetivos.”

(Chandler, 1962)

Según Andrews (1971), “la estrategia corporativa es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidos de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y que clase de empresa es o quiere ser.”

### **Misión, visión y valores de nuestra empresa:**

#### MISIÓN

“Proporcionar seguridad y confianza al cliente final de manera divertida y económica, en el día a día”

#### VISIÓN

El objetivo de la empresa es ofrecer al ser humano llevar una vida más tranquila gracias a la seguridad aportada por todos nuestros productos, creando e innovando en este sector tan importante para la vida cotidiana.

#### VALORES

Nuestros valores podemos definirlos como nuestra base ética de comportamiento, los resumimos en estos:

1. - Seguridad
2. - Compromiso social
3. - Innovación y crecimiento sostenible
4. - Transparencia
5. - Aprendizaje y adaptabilidad.

### **DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA A TOMAR POR LA EMPRESA:**

Podemos diferenciar la estrategia de una empresa entre varias opciones, pero estas tres que aparecen en la figura 1, son las más comunes, a partir de esto, definiremos la de nuestra empresa.



Figura 1. Representación de las diferentes estrategias empresariales.

Como empresa de nueva creación, tenemos que tener muy claros nuestros objetivos e ideas para comenzar con buen pie. Nuestra idea es que nuestro producto llegué a la mayor parte de consumidores, que puedan ver con buenos ojos nuestra idea.

Nada más comenzar, a no ser que tu producto sea muy revolucionario, no puedes empezar queriendo ser el líder, entrar con mucha fuerza a un mercado es complicado y costoso sobre todo, dado que necesitas una gran fuerza de marketing y una gran cantidad de medios en los que expandirte y darte a conocer. Nuestra idea, es que la

gente nos conozca, no por nuestra gran inversión en publicidad, sino por que hayamos podido llegar a la mayor parte de los usuarios finales por un módico precio.

Por tanto la estrategia que vamos a llevar, es la **de liderazgo de costes**. Nuestros costes iniciales son de 16.000 euros, como podemos apreciar en la tabla 7 del anexo que muestra todos los costes desglosados por partes y los costes fijos de 1.382.26, como podemos ver en la tabla 6 del anexo, muestra los costes fijos de la empresa, es decir, nuestro coste de mantener la empresa es bajo, además el producto que vendemos es de un precio mucho menor al de los competidores del mercado.

El liderazgo en costes consiste en lograr que todas las acciones que realiza la empresa vayan enfocadas a la reducción de costes. Para lograr estos fines, la estructura y cultura de la empresa, así como la atención a la dirección deberán estar orientadas al control de los costes.

También, realizamos una estrategia defensiva, en el sentido de que protegemos nuestras inversiones, activos de la empresa, mercados, clientes y proveedores. Todos los agentes que forman parte de la cadena de valor de la empresa son importantes para nosotros, desde nuestros proveedores, con los cuales llegamos a acuerdos comerciales para poder reducir costes de fabricación, hasta el cliente final que es el que debe estar contento con el resultado que le ha ofrecido nuestro producto.

Esta estrategia defensiva, consiste también en la reducción de costes, mediante alianzas comerciales y externalizar parte de nuestro trabajo conseguimos que el coste sea menor al principio de la actividad.

## **ENCUESTA PARA CONOCER EL GRADO DE CONCIENCIACIÓN DE LA INSEGURIDAD EN INTERNET**

Como podemos observar en la Tabla 4 del anexo que muestra la concienciación de la gente con respecto a la seguridad en Internet, los usuarios, no tienen una conducta muy arraigada de proteger su privacidad a la hora de utilizar esta gran fuente de información. Creemos en general que todo lo que hacemos está bien, o no corremos ningún peligro, pero esto no es así. Las personas con grandes conocimientos de informática actúan en la sombra, pudiendo realizar cualquier acto delictivo sin que se sepa quienes son, o al menos de una manera sencilla.

Por tanto, es muy importante antes de comenzar nuestra actividad empresarial, la conciencia de los futuros clientes con respecto a tomar medidas de seguridad para todos los pequeños problemas que puedan surgir.

Nosotros por medio de las pegatinas con emoticonos, queremos que los usuarios se sientan más cómodos y tranquilos a la hora de utilizar sus ordenadores, o cualquier aparato electrónico que disponga de webcam. Si conseguimos una concienciación importante de una gran cantidad de usuarios, lograríamos entrar con una fuerza elevada en el mercado de la seguridad.

Un resumen de la concienciación de estos riesgos de utilizar internet sin conocimiento ni cautela, lo encontramos en los anexos en la Tabla 3 de la encuesta realizada por el INE. En esta tabla se muestran las respuestas de varias preguntas con relación al grado de concienciación con la seguridad en internet. Las respuestas se dividen en habitualmente, solo a veces y nunca. Esta última opción es demasiado repetida, con lo cual muchas personas actúan de manera indebida a la hora de usar este gran invento.

## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La mejor forma para conocer un poco más los gustos y deseos de nuestros clientes, pasa entre otras cosas por preguntarles a ellos mismos acerca de lo que queremos dar a conocer, los riesgos que corren al utilizar internet sin seguridad en sus portátiles. La cámara de los portátiles es mucho más insegura de lo que parece, por tanto hay que mantenerla lo más tapada posible a la hora de utilizar estos ordenadores. Por tanto, hemos decidido hacer una encuesta, la cual se puede ver en el último apartado del anexo.

**Una encuesta** es el enfoque más adecuado para recopilar una información descriptiva. Una compañía que desea saber algo acerca de los conocimientos, actitudes, preferencias o conducta de compra, a menudo lo puede obtener preguntando directamente a los individuos.

La investigación de encuestas es el método que se utiliza más ampliamente para la recopilación de datos primarios y a menudo es el único que se emplea en un estudio de investigación. La ventaja principal del método de encuesta es su flexibilidad. Se puede usar para obtener muchas clases de información, en muchas situaciones diferentes. Dependiendo del diseño de la encuesta, también puede proporcionar información con mayor rapidez y a un costo más bajo que la investigación mediante la observación.

Sin embargo, la investigación por encuesta también presenta ciertos problemas. En ocasiones, las personas son incapaces de responder a las preguntas de la encuesta porque no pueden recordar lo que hacen y por qué lo hacen o por que jamás han pensado en ello o bien, las personas no responden a las entrevistas porque consideran cosas que son privadas. Quienes responden pueden contestar incluso si no conocen el tema en cuestión, con el fin de dar la impresión de ser más inteligentes o de estar mejor informados. O bien, pueden tratar de ayudar al entrevistador proporcionando respuestas agradables.

Por tanto, la encuesta irá dirigida a conocer el grado de concienciación de los usuarios y también el precio que la gente estaría dispuesta a pagar por el producto en cuestión.

Para realizar una encuesta lo más representativa posible de los gustos de los consumidores, necesitamos obtener un tamaño muestral ( $n$ ) de una población de estudio. El grupo de edad al que más dirigido puede ir el producto es el de los 15 años a los 35 de edad. Entrando en las bases de datos del ayuntamiento de Zaragoza, he observado que el número de personas que viven en Zaragoza en ese rango de edad es de 169.853 personas, aproximadamente 170.000. Esto lo podemos comprobar en las tablas 1 y 2 del anexo en la que podemos ver la cantidad de personas que vienen en la actualidad en Zaragoza, tanto nacional como extranjera.

Por tanto, la ( $n$ ) la población muestral, a la cual queremos realizar el experimento, consta de 170.000 personas. A partir de este dato quiero obtener un tamaño muestral representativo.

Para poder calcular esto, necesito varios datos más. **Z**: Nivel de confianza del cálculo realizado (0.95  $\rightarrow$  1.96) **E**: error máximo de la operación. (0.05) **P**: probabilidad de éxito. (0.5) **Q**: probabilidad de que no sea exitoso 1-p: (0.5).

Y sustituyendo en esta fórmula...:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Como resultado de todo este cálculo obtenemos que la  $n$ , o tamaño muestral al que tenemos que realizar la encuesta para que sea representativa es de **383 personas**.

Estas se realizarán en los campus universitarios, institutos públicos, lugares en los que haya tránsito de gente constante.

Estas encuestas se realizarán de diferentes maneras, varias de ellas se harán de forma personal, que creemos que es la mejor manera de conseguir respuesta. Iré a los distintos campus universitarios y diferentes institutos donde poder realizar la encuesta. Las realizadas en persona, recibirán una pegatina de regalo, por el tiempo perdido y para comenzar con la publicidad del boca-oído-ojo.

La idea es realizar en una semana un total de 200-250 encuestas en diferentes zonas de la universidad de Zaragoza. Y el resto de las encuestas hasta llegar a las 383 se realizarán por correo, mediante una página Web que redirecciona a un grupo grande de

correos electrónicos, el correo con la encuesta. La página en cuestión se llama Mailchimp, esta redirecciona un correo electrónico que se ha creado a una lista de correos. La idea es enviarlo a una gran cantidad de correos de amigos y conocidos y otras personas ajenas. En el anexo, en la última hoja de los mismos (pág. 53), dejo una copia de la encuesta a realizar para saber los conocimientos que tienen los futuros consumidores acerca de los riesgos que conlleva el uso de cámara web en los ordenadores y los futuros clientes de la empresa.

## ANÁLISIS DEL MERCADO:

### **Ámbito geográfico:**

Como toda empresa que da comienzo a su actividad, tenemos intención de comercializar el producto en la localidad de Zaragoza, con la idea de dar a conocer nuestro producto en una ciudad con gustos muy dispares, que ayuda en gran medida a saber si este estará bien aceptado en el resto de España. La capital maña es utilizada muchas veces como “conejiillo de indias” para saber si un producto puede triunfar en el resto del país, nosotros tenemos la suerte de operar desde esta ciudad.

Los principales puntos donde distribuiremos el producto será en las zonas universitarias, dónde la gran mayoría de los estudiantes usan ordenadores portátiles y tapan su webcam con lo primero que puede. Ofreceríamos el producto a las reprografías de las facultades y cercanas a ellas. Las papelerías, estancos, supermercados y todo tipo de negocios donde su venta sea rápida y económica.

La segunda actuación de venta sería a las empresas como medio de publicidad. También contactaríamos con agencias publicitarias y de regalos de empresa para que lo tuviesen en cuenta como regalo publicitario a ofrecer a sus clientes.

Por tanto, nuestra primera inversión sería en un ámbito local, con la intención de expandir el negocio a toda la comunidad autónoma de Aragón y al resto de España en poco tiempo.

### **Características especiales de nuestro mercado:**

Es un mercado estático, dado que puede ser comprado y utilizado en todo el año. Una idea que se tiene, es ir cambiando el diseño de las pegatinas durante el año, mientras el negocio vaya progresando, podremos invertir en poner imágenes de marcas conocidas, como promociones de películas de estreno o eventos musicales.

### **Tamaño del mercado en general:**

Entramos en un mercado que está en constante movimiento y creación de nuevos productos. Ofrecemos un servicio complementario al que proporcionan los productos electrónicos, dando mayor seguridad al usuario final del producto.

No podemos suponer una cifra de ventas segura, dado que no todos estarán dispuestos a gastarse dinero en eso, o no lo verán útil. Si podemos estimar, las personas a las que va dirigido este producto, que serían los clientes potenciales, todos los usuarios de ordenadores portátiles o cámaras web en general, que desean mayor intimidad a la hora de utilizar sus dispositivos.

Actualmente, la mayor parte de los usuarios, al menos los jóvenes, están informados y entienden del peligro de dejar al descubierto su cámara web en todo momento, por eso las tienen tapadas de maneras caseras. A estas personas se les podría ofrecer el producto de manera exitosa. Por observación en la biblioteca de las facultades de la universidad de Zaragoza, más del 60% de los alumnos y profesores que disponen de ordenador con cámara, tienen tapado el objetivo.

Entendemos que la venta de este producto, debe realizarse en un periodo corto de tiempo, ya que si resulta atractiva en breve plazo se inundaría el mercado de productos similares, salvando la patente de mil maneras diferentes. En todo caso somos conscientes de que la empresa debe funcionar con nuevas ideas y nuevos productos a corto plazo. Si bien esta primera experiencia será el trampolín de salida y el que nos permita situarnos en el mercado.

### **Grado de competencia en el mercado:**

Entramos en un mercado con mucha creación de productos y marcas que compiten entre sí, pero nosotros no competimos contra nadie, sino que complementamos a cualquier dispositivo que requiera más seguridad.

Como competencia propia, encontramos dos productos que puedan sustituir al nuestro de manera directa, el primero es una tapa de cámara que puedes correr la mirilla para que se te vea o no. Esto ya lo había contado como un rival fuerte, pero analizando el producto ves que tiene problemas, no cierra bien el portátil, puede romperse, es más caro y no tiene un diseño llamativo.

Son productos que están en el mercado, pero que no se han vendido en gran cantidad ni han tenido un impacto tan fuerte como para que los consumidores se conciencien.

Otro producto y ya el último que he encontrado como rival directo es el siguiente:





Vemos que es un producto similar al que queremos vender, sirve para tapar la cámara y tiene un diseño más juvenil y divertido. Hemos observado un problema similar al anterior, es muy grande, impide cerrar bien el ordenador, se sujeta como una pinza, tienes riesgo de pérdida, más caro que una pegatina, menos rotación....

Creemos que son rivales directos, pero aun así no han entrado en el mercado de manera decisiva, dado que nadie o casi nadie he visto con esos productos para tapar la web cam. En todo caso, no creemos que tenga competencia como regalo publicitario de marcas importantes.

### **Situación actual del mercado:**

La seguridad es algo imprescindible en todo ser humano y la tecnología cada año que pasa es más importante para todas las personas del mundo. El mercado en el que nos estamos adentrando es la seguridad en la tecnología, por tanto, podemos decir que estamos en un mercado en expansión, en el cual todas las personas acabarán usando productos como el nuestro o similares para poder sentirse más seguros en sus domicilios.

No es un mercado saturado como hemos comentado anteriormente, pero si es necesario entrar con fuerza en él y conseguir una buena cuota de mercado para cuando futuros rivales quieran competir en el mismo.

Por eso, nuestra idea de negocio es concienciar a los clientes de que la seguridad es primordial y que con un producto tan sencillo y divertido puedes asegurarte la misma. Con el boca a boca y viendo en otros ordenadores las pegatinas pegadas, conseguiremos nuevos clientes.

### **Barreras de entrada y salida al mercado:**

Antes de entrar a un mercado es importante analizar, a parte de la competencia, lo fácil o difícil que es entrar y salir del mismo. Para nosotros, comenzar el negocio no nos va a suponer un coste muy elevado, por tanto debemos suponer que si está bien aceptado entre los consumidores no tardarán en entrar otras empresas con ideas similares para competir contra nosotros.

## **SEGMENTOS DE CLIENTES, PERFIL DE NUESTRO CLIENTE POTENCIAL:**

“Para obtener éxito en un negocio, es clave definir el público objetivo al cuál dirigirse” (Kotlet y Keller, 2009).

Es importante saber a qué segmento de clientes nos vamos a enfocar y cómo queremos ir creciendo y mejorando los productos para satisfacer a nuestros clientes.

Como bien he comentado en varios momentos del trabajo, nuestro cliente potencial es cualquier persona que pueda utilizar un ordenador portátil o cualquier aparato electrónico con una cámara web.

Los diseños de las pegatinas irán destinados en especial a gente joven, universitarios, dado que son los clientes que más conciencia tienen en el tema de la protección de la cámara web y son los que más se exponen a sus peligros, al utilizar estos aparatos de manera cotidiana.

Tampoco queremos olvidarnos de los otros grupos sociales que también pueden requerir una protección de la cámara web. Los trabajadores que utilicen ordenador, tablets, u móviles con cámara interna, amos/as de casa que utilicen el portátil para hacer tareas, o incluso la cámara de los nuevos electrodomésticos, como las televisiones o las neveras. En definitiva, el producto puede ser vendido a cualquier persona que desee seguridad de manera sencilla, económica y divertida.

A continuación, voy a realizar un estudio de los clientes potenciales de nuestro producto. En principio será ofrecido a todas las personas que dispongan de ordenador portátil. Pero los clientes potenciales por excelencia serían los chicos y chicas jóvenes de entre 15 y 35 años, dado que son los rangos de edad que más pueden utilizar los ordenadores y electrodomésticos con cámara web.

Por tanto realizaré un mapa de empatía en el cual analizaremos las reacciones de los clientes potenciales de nuestro producto poniendo como ejemplo a un chico y una chica de 25 años.



IMAGEN 1: Mapa de empatía. Fuente: blog Innokabi lean startup

Comenzamos de izquierda a derecha y de arriba abajo.

- **¿Qué oye?** En la actualidad, están muy “de moda” los ciber delincuentes, internet es un mundo muy amplio en el que tenemos acceso a todo, incluso a datos personales y vida privada de los usuarios de tecnología. Al estar tan instaurado en la sociedad, la gente tiene miedo, y busca la manera más sencilla de evitar ser observado o atacado en su casa mientras realiza cualquier actividad delante de su ordenador, tele o incluso nevera con web cam.
- **¿Qué piensa y siente?** Hablando con varias personas de la facultad de economía, me han comentado que sienten miedo ante posibles hackeos de su web cam sin que ellos se den cuenta, dado que muchas personas se cambian delante del ordenador ajeno a cualquier riesgo que puedan asumir. Por tanto sienten que deben hacer algo ante eso, no saben bien como, por tanto con algo tan simple como una pegatina podrían conseguir la seguridad necesaria para poder utilizar todo con total tranquilidad.
- **¿Qué ve?** Ven a los demás estudiantes tapar su web cam con un papel o post-it que les ayuda temporalmente a estar más seguros. Estos apaños caseros, gustan poco a los estudiantes de la facultad, pero aun así los seguimos usando porque no hay nada que sustituya este remedio de manera económica y divertida. Los productos sustitutivos actuales son poco útiles y conocidos en el mercado.
- **¿Qué dice y hace?** Dicen que deben estar más seguros utilizando sus ordenadores, pero no pueden hacer más que poner un trozo de papel o algo rudimentario para tapar la web, dado que los productos que hay en el mercado son difíciles de encontrar, son demasiado caros o muy incómodos para usarlos de manera continuada en tu ordenador portátil. Tras haber preguntado a varias personas, el 60% de los encuestados estaría dispuesto a comprar el producto para usarlo como protector de web cam.
- **Esfuerzos (miedos, frustraciones, obstáculos):** Los futuros clientes de este producto no realizan demasiados esfuerzos para poder sentirse seguros, lo demuestran tapando la web con herramientas más rudimentarias. Por tanto, no buscarían el producto porque sí, la venta por internet es demasiado cara de mantener si tenemos que esperar a que un futuro cliente nos busque y compre. Por tanto, como a todas las personas nos gustan las cosas fáciles, haríamos que sus miedos, frustraciones y obstáculos a la hora de buscar algo para solucionar el problema de seguridad, fuesen resueltos de manera sencilla. Esto se conseguiría vendiendo en grandes cantidades el producto a pequeñas tiendas con gran

asiduidad de clientes jóvenes que no les suponga un coste muy elevado en tiempo y dinero ver y comprar nuestro producto.

- **Resultados (deseos y medidas del éxito):** El resultado final consiste en que el cliente, consiga de manera sencilla y económica una solución para los problemas de seguridad con la cámara web del portátil. Como una buena medida de éxito es lo que hemos comentado antes, ofrecer el producto sin que nadie lo tenga que buscar como tal, que los clientes potenciales lo compren por observarlo en las tiendas, y en las salas de estudio de las bibliotecas de la facultad de Zaragoza. El mayor obstáculo que podemos observar en la compra del producto por el cliente final, es que no estén dispuestos a pagar por este producto, por tanto es muy importante la concienciación de la necesidad de tener este producto o uno muy similar antes de la creación del mismo.

Para generar esta necesidad, realizaré la encuesta que ya he mencionado anteriormente podemos encontrarla en la última página de los anexos. Creo que el mejor lugar para realizarla es en las facultades de Zaragoza, en los colegios a los profesores, y a diferentes personas por la calle para conocer gustos de los diseños y si estarían dispuestos a gastarse algo de dinero en ello.

Esto lo veremos un poco más adelante en la parte del marketing en el que analizaremos como dar a conocer nuestro producto y la forma de comercializarlo al cliente intermedio y final.

Para conocer la evolución de nuestro negocio, debemos conocer también la población que se encuentra en Zaragoza, por ello realizamos un estudio de la demografía de nuestra comunidad autónoma de cuantas personas viven en ella y que edades comprenden.

Podemos ver esto en la Tabla 1 en el anexo, en la que muestra la evolución de la población y como está compuesta. He puesto esta tabla por la necesidad de conocer la cantidad de personas que hay en nuestra ciudad en diferentes franjas de edades, dado que no todos van a tener la misma visión de nuestro producto y sobre todo, no todos van a comprarlo con tanta asiduidad.

Nuestro público objetivo lo hemos marcado en torno a los 20 años, gente por encima y por debajo de esta edad, entonces, para calcular el tamaño muestral de las personas a las que necesitamos hacer la encuesta, necesitamos conocer el total de la población objetivo. Para esto era necesario coger esta tabla y utilizarla.

También he realizado un estudio de la evolución de las dificultades económicas de las familias en nuestra ciudad. Podemos verlo en la Tabla 5 del anexo. Con esto podemos conocer el grado de compromiso con el gasto que pueden tener las familias y consumidores finales de nuestro producto, es decir, si estarían dispuestos a gastarse más

o menos dinero por las pegatinas. Conociendo las dificultades económicas de la población, también podemos conocer el grado de aceptación que podría tener entre los consumidores de las pegatinas y hacer una pequeña previsión de ventas.

## MARKETING RELACIONAL

Una de las ideas que tenemos a la hora de ofrecer y dar a conocer nuestro producto es a través del marketing relacional, es decir, ofrecer a los clientes un producto de calidad, dándoles lo que ellos quieren, siempre teniendo en cuenta no aumentar en gran medida los costes de la empresa. Con este tipo de marketing lo que conseguimos o intentamos es mantener relaciones duraderas y rentables con los clientes de nuestra empresa, con esto logramos que la empresa pueda tener una viabilidad durante mucho tiempo.

Al principio de nuestra actividad, la idea principal de nuestro negocio será la de fabricar un producto que la gente pueda utilizar de manera sencilla y solucionando un problema que es muy conocido y cada vez más creciente, la inseguridad a la hora de usar ordenadores portátiles y la intimidad.

Más adelante, cuando ya seamos un producto conocido en el mercado, nuestra idea es la de conseguir, como bien he dicho antes, la satisfacción total de nuestro cliente dándole la oportunidad de decidir que o como mejorar nuestro producto y así aumentar la calidad del producto y la relación de nuestros clientes con lo que les vamos a ofrecer.

A lo largo de la vida temporal de nuestro producto, nuestra idea es mejorar según lo que los clientes vayan demandando, la página de Facebook del producto, en la cual anunciaremos cualquier cambio de diseño o cualquier novedad que pueda ir habiendo. También dispondrá de un buzón de sugerencias, en el cual el cliente puede escribir que mejoraría del producto actual, ofrecer nuevos diseños de las pegatinas y porque no, enseñar los nuevos usos que se pueden dar a las pegatinas ofertadas.

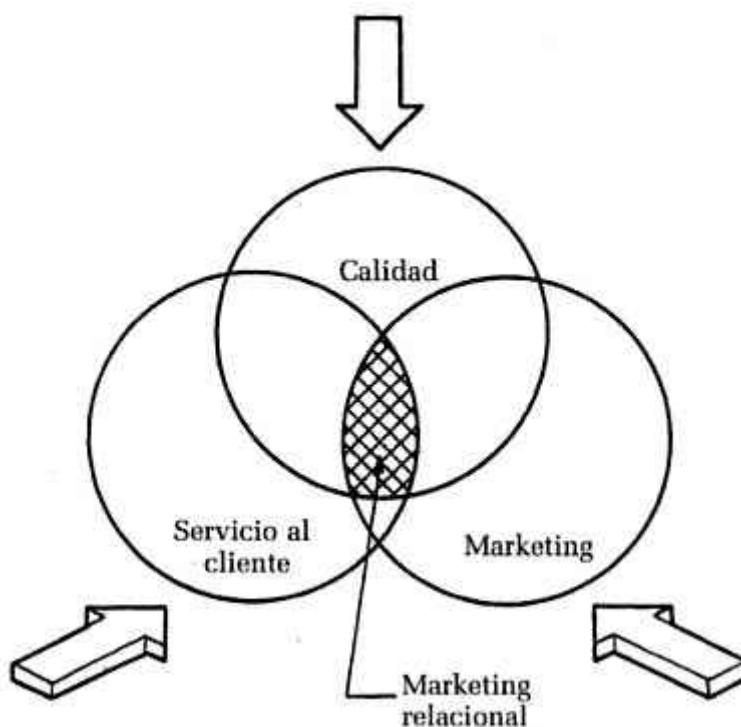
También tenemos como objetivo crear relaciones a largo plazo, mutuamente satisfactorias, con agentes clave (consumidores, proveedores, distribuidores) con el fin de obtener y conservar a largo plazo las preferencias y los negocios con dichos agentes. Los especialistas en marketing logran esto prometiendo y entregando productos y servicios de alta calidad a precios justos. **El último producto del marketing de relaciones consiste en construir una red de colaboración entre las distintas empresas que configuran la cadena de valor.** Una red de marketing se compone de una empresa y sus stakeholders (consumidores, trabajadores, proveedores, distribuidores, minoristas, agencias publicitarias, académicos y otros) con los que ha construido unas relaciones de colaboración mutuamente beneficiosas

Para definir un poco mejor el marketing relacional, dejo algo de teoría y comentarios hechos por autores y defensores de este tipo de marketing empresarial.

El marketing relacional, o también llamado marketing de relaciones, es un concepto que nace a partir de un cambio en la orientación de las empresas con la estrategia del marketing. Con este nuevo enfoque en la estrategia, lo que buscamos es la captación de nuevos clientes y sobre todo el mantenimiento de los mismos y de los que ya teníamos en la empresa. La idea principal para conseguir el mantenimiento de los mismos, es a través de relaciones duraderas y beneficiosas para ambas partes.

Podemos decir también, que el marketing relacional no solo trabaja para satisfacer y mantener unas buenas relaciones con los clientes, sino que también trabaja para mejorar y mantener las relaciones con los demás stakeholders (proveedores, trabajadores, distribuidores, minoristas...), esto es primordial para nuestra empresa, dado que somos de nueva creación, y todo lo que sea mejorar las condiciones de trabajo, los costes y las intermediaciones, será beneficioso para nuestra empresa y sobre todo para nuestra economía.

Una persona física o jurídica que está contenta a la hora de trabajar y siente que lo que hacemos es en beneficio suyo aparte del nuestro propio, hará que las relaciones de las dos partes se estrechen y sean mucho más beneficiosas para ambas partes, dado que una persona contenta y valorada ayudará de forma espontánea a la sociedad, es decir, ayudará a mejorar todo lo que esté en su mano para que la sociedad pueda seguir operando y trabajando. Por tanto puedo asegurar que un buen marketing de relaciones no solo sirve para vender mejor y conseguir más clientes, que también, si no que con el podemos conseguir que los proveedores, distribuidores y todos los agentes que pertenecen a la cadena.



Fuente de la foto: <https://www.gestiopolis.com/que-es-marketing-relacional/>

Para López-Pinto, 2010, “*el marketing relacional es el proceso de identificar, establecer, mantener, reforzar y, de ser necesario, terminar las relaciones con los clientes y otros stakeholders de una manera rentable, de tal forma que los objetivos de todas las partes involucradas sean logrados.*”

“*Los mercadólogos con frecuencia hablan de conseguir clientes, pero conservarlos tiene una importancia similar. Los mercadólogos efectivos trabajan para construir relaciones a largo plazo con sus clientes. **El término marketing relacional comunica la idea de que una meta básica es construir relaciones a largo plazo con los clientes, lo que contribuye al éxito de la empresa.***”

Zikmund, William y Babin, 2008.

Según Dvoskin, 2004 esta metodología implica un sistema basado en herramientas tecnológicas que permite construir la lealtad de y hacia el cliente. Se fundamenta en la idea de establecer con cada cliente una relación de aprendizaje, que se torna más inteligente en cada interacción. Debe tenerse en cuenta que los clientes, ya sean consumidores u organizaciones, necesitan exactamente lo que necesitan, y las tecnologías interactivas y de base de datos hacen que sea posible responder a estas demandas.

Siguiendo con Dvoskin, para desarrollar un programa de marketing relacional se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

- **Identificación del cliente:** Supone un mayor esfuerzo que la segmentación, porque según el criterio de marketing relacional, cada cliente es un segmento, cada uno es diferente, con gustos distintos. Una vez conocido cada uno de ellos, es posible clasificarlos en diferentes grupos.
- **Diferenciación de los clientes:** cada cliente tiene un valor determinado para la organización según:
  1. La frecuencia de compra
  2. El montante de la compra, el dinero que ha gastado
  3. La fecha de la última compra

Si diferenciamos a los clientes en estos ámbitos, podremos diferenciar también la oferta que le hagamos cuando venga a comprar otra vez, o incluso como venderemos el producto, como lo anunciaremos y como se lo ofreceremos a nuestros clientes.

- **Interacción con los clientes:** clasificar a los clientes según su rentabilidad permite reducir los costes de transacción y relación con aquellos que están por debajo de los niveles adecuados.

Tras analizar lo anterior, nuestra idea de crecimiento es la de ofertar nuestro producto a empresas medianas y grandes como publicidad de la misma, estas empresas podrían ponerse en contacto con nosotros a través de nuestro Facebook y de teléfono de contacto.

En el segundo año, nuestra idea de negocio tiene que ver con la consecución de nuevos clientes fijos, en especial queremos que empresas medianas y grandes opten por comprar nuestro producto como publicidad a sus clientes. Es muy común que empresas de ropa, videojuegos, agencias de viajes... den como reclamo publicitario un regalo. Por

lo tanto, nos gustaría ofertarles este producto como propia publicidad. Haríamos pegatinas con el nombre o con algún diseño especial que ellos pidan para que puedan darlas al cliente final de sus tiendas cuando haya comprado un precio mínimo. Así, cuando el cliente vea esta pegatina, podrá poner esa misma para tapar su web cam o conocer nuestro producto e interesarse por él.

Otra idea de negocio que tenemos en el segundo año, esta con mayor posibilidad de conseguirla, es hablar con Repsol y ofertar el producto para que lo vendan en su red de tiendas por toda España. Esto lo pensé, dado que en las gasolineras en las que suelo repostar, tienen productos muy similares al que queremos vender, y preguntando a los trabajadores de las mismas, me comentan que tienen buena venta, dado que no son de coste muy alto y son de gran utilidad para los usuarios. Estos productos tienen relación con la seguridad en la telefonía móvil y la decoración de la misma.

El marketing relacional en este caso se basa en ofrecer el producto a empresas que pueden usarlo de una manera publicitaria, siendo beneficioso para las tres partes, dado que nosotros vendemos el producto a una empresa con renombre, esta ofrece un producto útil gratis dándose publicidad a sí mismo, y el cliente final, tiene un producto que necesita de forma gratuita.

Otra campaña de concienciación y de publicidad por nuestra parte es la realización de la encuesta, ya comentada anteriormente.

Tras la realización de la misma, ofreceríamos de regalo una pegatina individual para que las personas que han hecho la encuesta, sientan que el tiempo que han perdido con nosotros se le ha recompensado. El precio individual de cada una de ellas es de 3 céntimos. Por tanto el coste total de la encuesta es muy bajo.

El otro gasto necesario para el inicio del proyecto, es un estudio de mercado. El primero ya lo realicé yo, mediante la investigación de páginas web y ventas por internet de productos relacionados. Esto no me ha supuesto un coste real en dinero, dado que no he necesitado más que mi portátil y tiempo para buscar.

## MARKETING MIX, LAS 4 P'S DEL MARKETING

“Estas cuatro variables, conocidas como las 4 P del Marketing, tienen la capacidad de explicar óptimamente cómo funciona el Marketing de una forma integral y completa, lo que denominamos con el concepto de Marketing Mix”

McCarthy 1960.

A continuación, voy a comentar individualmente las cuatro partes del Marketing Mix, comenzando con el producto a comercializar.





[www.RobertoEspinosa.es](http://www.RobertoEspinosa.es)

*Figura 1, cuatro Ps del Marketing en formato español. Fuente: Roberto Espinosa*

## **PRODUCTO:**

Según McCarthy, el producto que vamos a vender debe estar definido de la mejor manera posible, por tanto propone 4 preguntas que pueden ayudarnos a definir dicho producto, estas son:

- **¿Qué vendo?** El producto a comercializar, es una pegatina que tapa la web cam de una manera diferente y divertida, dado que existe un problema de seguridad a la hora de usar los ordenadores con cámara interna.

- **¿Qué necesidades satisface mi producto?** Como bien he comentado, es una pegatina que nos aporta seguridad a la hora de utilizar nuestro ordenador portátil o algún aparato electrónico que tenga cámara interna. Los Hackers, están últimamente pinchando cámaras para poder observar a través de ella mientras tú estás utilizando el ordenador o haciendo vida normal. Por tanto aportan seguridad y tranquilidad para usarlos.
- **¿Qué características tiene mi producto?** Es un producto diferente, dado que no hay nada muy conocido para poder solucionar este problema que cada vez es mayor, la inseguridad en nuestros ordenadores. Esta pegatina, es de varios usos, es decir la puedes pegar y despegar tantas veces como quieras, no mancha la cámara web, y da un toque más juvenil y divertido a nuestros ordenadores. También puede servir para decorar nuestros aparatos electrónicos.
- **¿Qué valor agregado ofrece mi producto?** Es simple, de bajo coste, ofrece seguridad de una manera divertida y jovial, además también es decorativo. Da una mejor imagen a la persona que lleva la pegatina en vez de tener un trozo de papel pegado o un post-it.

## **PRECIO:**

El precio es uno de los factores más importantes para que el producto que estamos vendiendo tenga éxito entre los clientes. Este se ha obtenido en nuestro caso, a través de observar los costes de comenzar el negocio, costes fijos y necesidades de venta al mes, también nos fijamos en los pocos competidores que tenemos y sus técnicas de venta al público final.

La empresa, tiene como intención vender el producto como intermediario, es decir, somos la empresa que lo compra al fabricante, y lo vende entre los minoristas, los cuales he tenido que conseguir yo negociando con ellos las condiciones de venta.

El producto se va a vender en cajas de 100 euros, en los cuales habrá una cantidad de 1250 pegatinas, a 0.08 cada una, distribuidas en packs de 5 pegatinas o 10. El precio final de venta será de estos packs de 0.60 euros la de 5 pegatinas y de 1 euro el de 10.

Estos precios fueron preguntados en la encuesta a los consumidores que se pararon a hacerla y un gran porcentaje de los mismos, dijo que le parecía un precio razonable y que estarían dispuestos a comprar este producto.

Por tanto el precio de venta al consumidor final se fija en 10 céntimos por pegatina, nosotros vendemos el mismo a 8 céntimos a los intermediarios, dejándonos a nosotros un beneficio de 6 céntimos por cada producto vendido.

El precio es por cantidad total, de venta al minorista. Éste compra la caja de 100 euros por 1250 pegatinas, a la cual le sacará un rendimiento de 25 euros de beneficio.

## **PUNTO DE VENTA:**

Como he comentado anteriormente, nosotros nos dedicamos a vender como mayoristas, es decir, necesitamos varios puntos de venta para hacer llegar al cliente final el producto.

El primer año, nuestros principales puntos de venta serían las copisterías y papelerías cercanas a las universidades y los colegios. A partir del segundo año, conseguimos un convenio con Repsol, para poder vender estas pegatinas en todas las gasolineras de Aragón de la Petrolera.

La idea es seguir negociando con estas empresas grandes para conseguir mayor cantidad de puntos de venta, algo que se irá consiguiendo a lo largo de los años, se llega a conseguir vender a 50 tiendas diferentes en el último año.

El producto será llevado en furgoneta, en el vehículo que tendría alquilado la empresa para poder distribuir por todas las tiendas. El trabajo principal al que me tendré que dedicar una vez realizada la producción es la de captar más puntos de venta, para poder obtener mayores beneficios.

## **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

La promoción o como dar a conocer el producto, se va a realizar de manera sutil y poco a poco, es decir, no vamos a realizar una campaña agresiva en la que el producto aparezca hasta en la sopa, la idea es promover entre los usuarios de ordenadores con cámara web u otros aparatos electrónicos el incrementar la seguridad a la hora de usarlos, es decir, hacer ver que una cámara tapada es mucho más seguro que tenerla abierta. A través de las encuestas y correos electrónicos que haré llegar a través de MAILCHAMP, conseguiré que los clientes finales entiendan la necesidad de protegerse ante posibles intrusos de nuestra seguridad.

El boca-oído es otra de las principales idea de promoción, dado que si una persona tiene esta pegatina puesta en el ordenador, llegarán otras personas y se interesarán en como conseguir éste producto.

Otra idea de promoción es la de realizar una página web, perfiles de Facebook, Instagram y toda clase de redes sociales a través de las cuales poder llegar a los clientes

finales y que vayan sabiendo cuándo sacamos nuevos diseños. También dejaremos un buzón de sugerencias, como ya he comentado con anterioridad, en el cuál poder decir que mejorarías del producto y decir como y para qué usas las pegatinas de los emoticonos.

Si nuestros ingresos son altos, estaríamos dispuestos a realizar alguna campaña publicitaria en la radio o televisión.

## PLAN ECONÓMICO FINANCIERO DEL PROYECTO

### ESTUDIO DE LOS GASTOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO Y FINANCIACIÓN.

A continuación vamos a hacer un desglose de los gastos que son imprescindibles para la implantación del negocio:

- **Constitución de la sociedad mercantil**, obtención del nombre, notaría y registro: 970 euros.
- **Alquiler** de local o nave dónde se tenga el almacén y las oficinas: hemos sondeado las dos posibilidades, o bien alquilar un local en la ciudad de Zaragoza, o bien una nave industrial en los alrededores, por superficie e instalaciones, lo más económico que hemos encontrado es alquilar una nave en el polígono Empresarium, por 500 euros al mes. Como tendríamos que depositar además dos meses de fianza, la necesidad financiera sería de 1.500 euros.
- **Adecuación y mobiliario de la nave:** inicialmente con dos mesas de oficina, dos sillones, cuatro confidentes, dos ordenadores y una impresora, tendríamos suficiente para la oficina. En el almacén se necesitaría adecuar la iluminación y colocar estanterías. Hemos entrado en las subastas judiciales y existen numerosas ofertas del tipo de estanterías que precisamos, con lo que 2.000 euros tendríamos suficiente para cubrir las primeras necesidades.
- **Vehículo:** es totalmente necesario en contar con un medio de transporte que nos permita distribuir la mercancía a los clientes, por 270 euros mensuales, se puede conseguir una furgoneta pequeña nueva por leasing, que en principio nos parece la mejor de las opciones.
- **Gastos de autorización municipal, permisos y proyectos de instalación:** la solicitud de puesta en marcha de la sociedad en el municipio de Zaragoza al que pertenece el polígono Empresarium, nos obliga a la presentación de un proyecto,

redactado por técnico competente, además hay que pagar una serie de tasas por la licencia de apertura, todo ello ascendería a la cantidad de 1.650 euros.

- **Alta de autónomos:** al menos uno de los socios, el que figure como administrador, debe estar de alta en el régimen de autónomos en la seguridad social, hemos preguntado en la tesorería de la misma, y nos han dicho que al ser la primera actividad, existen unas bonificaciones muy importantes en la cuota, en concreto, los 6 primeros meses se pagarían a razón de 50 euros mensuales.
- **Compra del producto y otros gastos:** tal y como comentamos en el apartado anterior, inicialmente necesitaríamos 3.000 euros para la fabricación de las primeras unidades del producto. Hemos contactado con FOTJOMAR´D, S.L, empresa de diseño y artes gráficas, la cual nos fabricaría el producto con los diseños que queremos.
- **Periodo de carencia de ingresos:** hemos calculado que durante los primeros 2 meses de la actividad, no existirán ingresos, por ello, debemos pensar que tendremos que asumir los gastos corrientes con financiación propia. Para ello hemos calculado que los gastos mensuales (alquiler, autónomos, luz, teléfono, agua, gasolina...) alcanzarían la cifra de 1.382.26 euros.
- **Gastos financieros,** el pago del préstamo que vamos a pedir como mencionaremos más adelante, es de 182.26 euros al mes.
- **Patente del producto:** 694,77 euros, la suma de las cifras expuestas en la página 11, de pago de patentes de nuestro producto.
- **Seguros, nave y vehículo:** 800 euros
- **Diseñador gráfico:** 1.180 euros, para la licencia de uso de los emoticonos.
- **Otros gastos:** 1.000 euros de gastos de cualquier tipo.

TABLA DE COSTES PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD.

| DESCRIPCIÓN DEL COSTE A INCURRIR                           | COSTE DE LA OPERACIÓN                  |
|--|--|
| CONSTRUCCIÓN DE LA SOCIEDAD MERCANTIL                      | 970 EUROS                              |
| ALQUILER DEL LOCAL DE ALMACÉN                              | 500 EUROS AL MES<br>1500 EUROS         |
| ADECUACIÓN Y MOBILIARIO DE LA NAVE                         | 2000 EUROS                             |
| VEHÍCULO DE RENTING  | 270 EUROS                              |
| GASTOS DE AUTORIZACIÓN MUNICIPAL Y PERMISOS DE INSTALACIÓN | 1650 EUROS                             |
| ALTA DE AUTÓNOMOS  | 50 EUROS                               |
| COMPRA DEL PRODUCTO FABRICADO                              | 3000 EUROS                             |
| PERIODO DE CARENCIA DE INGRESOS                            | DOS MESES DE CARENCIA<br>2764,52 EUROS |
| GASTOS FINANCIEROS   | 182,26 EUROS                           |
| PATENTE DEL PRODUCTO                                       | 694,77 EUROS                           |
| SEGURO DE NAVE Y VEHÍCULO                                  | 800 EUROS                              |
| DISEÑADOR GRÁFICO  | 1180 EUROS                             |
| OTROS GASTOS   | 1000 EUROS                             |
| TOTAL COSTES DEL INICIO DE LA ACTIVIDAD                    | 16071,55 EUROS                         |

Se calcula que se necesitaría una financiación de 16.000 euros para los 6 primeros meses, ayudando así a la implantación del negocio y dándonos a conocer, contando con que los titulares de la actividad no cobrarían salario alguno.

Como podemos observar, el desembolso inicial no es muy elevado para el inicio de una actividad empresarial. Igualmente, al ser dos personas jóvenes, necesitaríamos financiarnos de la manera menos costosa para nuestros intereses.

Al cabo de estos años, hemos podido ahorrar entre los dos socios la cantidad de 10.000 euros, por tanto la otra parte que resta al montante necesario para la creación de la empresa, los otros 12.000 euros, se pedirán en forma de préstamos y subvenciones para jóvenes emprendedores. El detalle se encuentra desglosado en la tabla que aparece al final de este apartado.

Aquí dejo varias opciones a las cuales podríamos recurrir como métodos de financiación:

- Préstamos bancarios: este es el método de financiación más utilizado, pero tienen dos problemas principales. Uno, la necesidad de aval y la segunda, que los tipos de interés son elevados para este tipo de préstamos. Hemos hecho una simulación de lo que podríamos pedir, una con 2000 euros como ejemplo y otra de 6.000 que sería el montante necesario para conseguir el capital. Hemos elegido Ibercaja, dado que nuestros ahorros están ahí, tenemos el aval de mi padre y nos conceden un año de carencia sin coste alguno. Exactamente como necesitábamos al inicio.

#### CONDICIONES

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| <b>GARANTÍA</b>   | Personal                      |
| <b>IMPORTE</b>  | Entre 150 y 60.000€           |
| <b>CLASE DE INTERÉS</b>                                       | Fijo                          |
| <b>TIPO DE INTERÉS</b>  | 5,90%                         |
| <b>PLAZO</b>  | Desde 3 hasta 96 meses máximo |
| <b>MODALIDAD DE PAGO</b>                                      | Cuotas fijas mensuales        |
| <b>COMISIÓN DE APERTURA</b>                                   | 0,00%                         |
| Compensación por reembolso anticipado < 1 año fin de vida (*) | 0,00%                         |
| Compensación por reembolso anticipado > 1 año fin de vida (*) | 0,00%                         |

#### EJEMPLO DE OPERACIÓN

##### EJEMPLO 1

- Préstamo de 2.000€
- Plazo: 12 meses
- Cuotas: mensuales
- Tipo de interés 5,90%
- Comisiones y compensaciones: 0,00€
- TAE: 6,06%. Importe de las cuotas 172,05€ mensuales

##### EJEMPLO 2

- Préstamo de 6.000€
- Plazo: 3 años
- Cuotas: mensuales
- Tipo de interés 5,90%
- Comisiones y compensaciones: 0,00€
- TAE: 6,06%. Importe de las cuotas 182,26€ mensuales

- Aportación por parte de los socios y apertura u ofrecimiento a nuevos socios capitalistas para que participen en la idea, esta es una idea que nos gusta y que pretendemos plantear a la empresa fabricante con la que hemos contactado, sin descartar que nosotros podamos hacer una pequeña aportación. **La aportación inicial de los socios es de un total de 10.000 euros, como he señalado con anterioridad.**
  
- Obtención de subvenciones públicas por joven emprendedor. Se solicitará todo tipo de ayuda al emprendimiento a las administraciones públicas. Su obtención ayudará muchísimo a la financiación, pero al no ser una cosa que se tenga segura, no la podemos contemplar como fuente de financiación. En este enlace podemos ver las condiciones, las cuales no cumplimos todas, dado que se exige, entre otras cosas un gasto inicial de 5.000 euros como mínimo en inmovilizado, eso a nosotros no nos interesa, dado que recibir 4.000 euros de subvención y tener que gastar 5.000, no nos sale a cuenta. Buscaremos otro tipo de financiación.
  
- Crowdfunding; nos parece una idea muy novedosa y no descartamos en modo alguno el intentar obtener financiación por este método. Es una opción muy importante para nosotros, dado que es una financiación medianamente gratuita. El dinero te lo prestan futuros clientes, o personas que quieren ayudar a la creación de tu producto o servicio. **Habíamos pensado poner un capital de unos 3.500 euros para ser financiado por este método, creemos que no es un capital demasiado elevado** y podríamos llegar a conseguirlo. Como regalo a nuestros inversores, se les ofrecería nuestro producto según el capital ofrecido. Como máximo creemos que una aportación de 50 euros es suficiente por persona. Así no generamos grandes deudas con personas físicas. Los regalos irían desde packs de pegatinas, a camisetas y merchandising de la empresa.

Préstamo familiar, este sería de modo residual, es decir, si no se obtuviera una financiación a través de alguno de los métodos anteriores, se acudiría a esta última opción. **Hemos conseguido 2.500 euros como préstamo familiar**



Esta sería toda nuestra necesidad de financiación, consiguiendo en total unos 22.000 euros, 6.000 más para realizar las campañas publicitarias, los costes de dar a conocer el producto y posibles percances que puedan aparecer en el principio del negocio. También es necesario disponer de liquidez al inicio para lo que sea necesario. Resumen de la financiación:

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Aportaciones de los socios | 10000 |
| Crowdfunding               | 3500  |
| Préstamo familiar          | 2500  |
| Préstamo bancario          | 6000  |
| TOTAL FINANCIACIÓN:        | 22000 |

## PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

Como hemos comentado anteriormente, no contemplamos la existencia de ingresos de actividad hasta el mes 3 de funcionamiento. Tendríamos previsto distribuir hasta el 80% de producto en los 6 primeros meses de actividad.

La venta del producto consistiría en vender cajas con packs de pegatinas en los cuales las grandes superficies o tiendas pequeñas que venderían este producto, podrían ofrecerlo de manera rentable tanto para ellos como para el cliente final.

El coste de fabricación, 2 céntimos por pegatina, precio que nos cobra el fabricante. El primer pedido mínimo es de 3.000 euros, por tanto en la primera fabricación obtendríamos 150.000 pegatinas para comercializar. Estas serían vendidas a las tiendas de venta final, las cuales habremos conseguido en los 6 primeros meses de actividad.

- La forma de venderlas, consistiría en cajas con grandes cantidades de packs de pegatinas con un coste de 100 euros por caja. Si nosotros vendemos cada pegatina por 0,08 euros, es decir, un total de 1250 pegatinas divididas en packs de 10 o 5. El precio de venta al público sería de 60 céntimos el pack de 5 y de 1 euro el pack de 10, así conseguimos que el consumidor se gaste 1 euro en vez de 60 céntimos por el pack más pequeño.

Por tanto el coste inicial de fabricar el producto es de 3.000 euros, con el consigo 150.000 pegatinas, las cuáles vendo en cajas de 100 euros con 1250 pegatinas por pack. Por tanto si tardamos 6 meses en vender todo acabaríamos consiguiendo unos ingresos de 12.000 euros por la venta de 150.000 pegatinas. La rotación de las empresas es de comprar una caja cada mes o cada dos meses. Para hacerlo más sencillo lo pondremos cada dos meses todas las tiendas.

Los costes fijos de nuestra empresa son de 1382,26 euros al mes, contando con que tardaré en vender el producto 6 meses, en el 7 mes, volveré a realizar nueva fabricación, y a final de año en época de navidades, haríamos una producción de 5000 euros fabricando 250.000 pegatinas, por época navideña. Además aumentaríamos en 1000 euros el coste por nueva campaña publicitaria o de recordatorio ante las amenazas de seguridad. En esta campaña, intentaríamos ofrecer este producto para que sea un complemento de regalo navideño, o por la compra de cualquier producto de ordenadores.

En el segundo año, si el producto ha calado en los consumidores, la idea principal sería contactar con juegos de computadora muy conocidos como “WORLD OF WARCRAFT”, “SIMS”... para que sea un complemento con la compra del juego. El diseño cambiaría según el juego comprado y el cliente en sí. Como había comentado antes, sería una forma de publicidad conjunta, tanto para mi empresa de pegatinas como para el juego en cuestión.

En el cálculo de los gastos, durante los primeros 6 meses se han puesto los gastos fijos, y a partir del mes 7 se tiene en cuenta el precio de coste de fabricación de las pegatinas vendidas, no se contemplan gastos de amortización, ni posibles incrementos de gastos por aumento de ventas. Tampoco se contempla el salario o retribución de los socios.

Uno de los problemas más importantes que veo en este negocio, es la aceptación del producto y la rotación del mismo. He comentado que en Zaragoza hay unas 170.000 personas en el rango de edad en el que mi producto se venderá más, de ellas 120.000 disponen de ordenador con cámara web, tanto propio como ajeno.

Se ha calculado que un 10% de esta población, tras las encuestas realizadas, como mínimo estaría dispuesto a comprar el producto, por tanto estimo que unas 12.000 personas podrían adquirir este producto, contando con una rotación de que cada dos meses volverían a comprarlo.

Por tanto, haciendo los cálculos de ingresos, la proyección de ventas es muy alentadora.

## UMBRAL DE RENTABILIDAD

*¿Cuántos productos debe vender la empresa para ser rentable? Eso es el umbral de rentabilidad o punto muerto, el volumen de ventas a través del cual la empresa no obtiene ni beneficios ni pérdidas (Muñiz, 2010).*

Por tanto con esto queremos calcular cuantas pegatinas debemos vender para llegar al punto donde empezamos a tener beneficios en nuestra empresa. Para calcular dicho

umbral, tenemos que dividir nuestros costes fijos mensuales, para la diferencia entre el precio de venta y el de compra.

CF: COSTES FIJOS MENSUALES

PJ: PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO

CJ: COSTE DE VENTA DEL PRODUCTO.

$N = CF / (Pj - Cj)$  Con estos datos comenzamos el cálculo del umbral de rentabilidad.

**$1382,26 / (0,08 - 0,02) = 23.104$  pegatinas habría que vender al mes.**

La idea que teníamos de negocio concuerda perfectamente con el umbral de rentabilidad que hemos calculado. Nuestra producción se realiza el mes 0, con 3.000 euros, conseguimos 150.000 pegatinas para poder comercializar. Nuestro objetivo de ventas era vender estas 150.000 pegatinas en los 6 primeros meses, dado que la segunda producción de las mismas la realizaría a mitad del primer año, en el final del mes 6 o principio del mes 7.

Si vendiera las 25.000 pegatinas al mes, obtendría una rentabilidad positiva el primer año, pero sabemos que esto es complicado, dado que el producto acaba de empezar y los dos primeros meses no obtendremos ninguna venta.

A partir del segundo mes, nuestras negociaciones comenzarían, por tanto iríamos ganando clientes nuevos poco a poco. En el tercer mes, comenzaría las negociaciones con las copisterías de las universidades, y con papelerías cercanas a colegios. Como resultado, conseguiría vender a un total de 181 tiendas, podemos ver el resumen en la tabla 7 de los anexos.

Los 181 establecimientos no son tiendas diferentes, cuenta con la rotación del producto en las tiendas que hemos conseguido vender el producto. La tabla muestra el número de puntos de venta donde vendemos nuestras pegatinas, estos compran cajas de 100 euros, donde hay 1250 pegatinas por cada una de ellas.

El primer mes, las 5 tiendas conseguidas son las copisterías cercanas a las universidades. El segundo mes conseguimos vender a diferentes papelerías, que van aumentando hasta final de año, que en el mes 12, diciembre aumentamos nuestros puntos de venta hasta llegar a los 35 establecimientos que nos adquirieron el producto en este mes. Gracias a la campaña de concienciación realizada en diciembre, pudimos conseguir un número mayor de intermediarios para vender nuestro producto.

La evolución de los costes y los ingresos de la empresa van aumentando en gran medida, vemos que el primer año obtenemos un resultado negativo, es normal, dado que acabamos de empezar con el negocio, los primeros meses no obtenemos ninguna venta, dado que nos encontramos en periodo de conocer el mercado, primeros contactos con algunos puntos de venta y otro tipo de situaciones que nos impiden llegar a conseguir unas ventas continuadas.

Las pegatinas las fabrica la empresa en los meses 6 y 12 de todos los años, excepto el primero que fabricamos en el primer mes también.

|                    |                                       |
|--------------------|---------------------------------------|
| al final del año 4 |                                       |
| 1950000            | pegatinas fabricadas                  |
| 1861250            | pegatinas vendidas                    |
| 88750              | pegatinas de stock al final del año 4 |

Resumen 1: evolución de las pegatinas fabricadas y vendidas

Al final del cuarto año nos queda un stock de 88750 pegatinas, las cuales se seguirán vendiendo en los años siguientes.

El análisis del último año es muy positivo, dado que nos reporta el mayor beneficio de toda la operación. Después de las ventas de todos los meses, llegamos al mes 12 con un beneficio total de 19212,9 euros. Aquí dejo el resumen de los meses, de ingresos y costes mensuales:

Por tanto la ROI, o rentabilidad económica la podemos calcular de la siguiente manera:

Beneficio obtenido en los 4 años de actividad: RESULTADOS ECONÓMICOS

COSTES INICIALES: 16.000 EUROS

COSTES PRIMER AÑO: 24587.1

COSTES SEGUNDO AÑO: 29787.1

COSTES TERCER AÑO: 30987.1

COSTES CUARTO AÑO: 30987.1

INGRESOS PRIMER AÑO: 18100 EUROS

INGRESOS SEGUNDO AÑO: 32600 EUROS

INGRESOS TERCER AÑO: 48000 EUROS

INGREOS CUARTO AÑO: 50200 EUROS

BENEFICIO/ PÉRDIDA PRIMER AÑO:  $18100 - 25587.1 = -6487.1$

BENEFICIO/ PÉRDIDA SEGUNDO AÑO:  $32600 - 29787.1 = 2812.9$

BENEFICIO/ PÉRDIDA TERCER AÑO:  $48000 - 30987.1 = 17012.9$

BENEFICIO/ PÉRDIDA CUARTO AÑO:  $50200 - 30987.1 = 19212.9$

**BENEFICIO TOTAL = - 6487.1 + 2812.9 + 17012.9 + 19212.9 - 16000 = 16551.5**  
**EUROS DE BENEFICIO**

**ROI, RENTABILIDAD ECONÓMICA: BENEFICIO/COSTE INICIAL**

**ROI:  $16551.5/16000 = 1.034 \rightarrow 103,4\%$**

Después de realizar los cálculos vemos que obtenemos una rentabilidad positiva, es superior al 100%, por tanto es un dato muy positivo obteniendo beneficio.

Ahora para calcular el VAN necesitamos los beneficios obtenidos en los cuatro años de actividad, y una tasa de descuento según el riesgo que creemos que tiene la operación a realizar estos años en la empresa. La tasa de descuento la voy a poner en un 12.435%

El tipo de interés de la operación VAN, es del 12.435%, debido entre otras cosas al coste de la financiación, la TAE del préstamo es de un 6.06%, es el coste principal que tenemos en cuanto al dinero disponible. No es un coste muy elevado, pero tenemos dinero que hemos puesto nosotros, que exactamente es un 42.5% de nuestro capital inicial. Ese dinero también se puede perder, por tanto ese riesgo hay que tenerlo también presente.

La parte proporcional al dinero puesto por nosotros la hemos valorado en un 6.375%, dado que es una parte más importante a la que enfrentarse, también hemos contado aquí la parte de financiación por Crowdfunding.

Por lo tanto, el coste de capital total es de un 12.435%, es decir nuestra VAN la calculamos con este porcentaje.

Por tanto, la van de la operación sería: valores actualizados al momento 0, con una tasa de descuento del 12.435 %.

| año 1   | año 2  | año 3   | año 4   |  | tasa de descuento |
|---------|--------|---------|---------|--|-------------------|
| -6487,1 | 2812,9 | 17012,9 | 19212,9 |  | 0,12435           |
|         |        |         |         |  | 16000             |

| año 1    | año 2    | año 3    | año 4    | total    |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| -5769.64 | 2222,109 | 11969,44 | 12022,28 | 20447.18 |

VAN= 4447.182

TIR: TASA INTERNA DE RENTABILIDAD la he calculado de la operación total.

En Excel TIR= (BENEFICIOS DE CADA AÑO Y COSTE INICIAL)= 19% de TIR obtenemos en los cuatro años de actividad.

El 19% es la tasa de interés que hace que la operación tenga rentabilidad 0.

### CONCLUSIONES:

Para concluir, voy a realizar un pequeño análisis de los resultados obtenidos.

El coste inicial del proyecto es relativamente bajo, es necesario un desembolso de 16000 euros como inversión inicial, contando con todo lo que necesitamos para la creación de la empresa y el comienzo de la actividad. Por tanto, puedo decir que es algo que merece la pena comenzar dado el coste tan bajo de inicio de actividad.

La fabricación del producto, está realizado por una empresa de confianza, a la cual podríamos conseguir reducirle el precio de las pegatinas si mantenemos una compra constante del producto, además nos lo realiza a nuestro gusto y siempre con unos diseños innovadores, los cuales iremos cambiando a lo largo de la existencia de la empresa.

Los costes mensuales de mantener el negocio tampoco son muy altos, consisten en mantener al nave donde haremos nuestras operaciones diaria y donde guardaremos las pegatinas, seguros de furgoneta, almacén, gasolina, autónomos, pagos del préstamos pedido... son costes normales de cualquier negocio, estos el primer año no superan los 1400 euros. Los primeros meses de actividad se pagarán con el dinero que hemos

ahorrado, pudiendo pagar sin necesidad de NFR (necesidades de fondos de rotación) ni ningún ingreso adicional a las cuentas de la empresa.

Las necesidades de vender el producto no son muy altas, el umbral de rentabilidad se ha fijado en 23.104 pegatinas al mes. Es una cantidad alta para el primer año, pero el resto la superamos sin problemas, dado que la forma de vender el producto es a través de intermediarios, los cuales compran cajas con 1250 pegatinas. Si conseguimos un número de clientes habituales que nos compren cajas mensualmente o cada dos meses está prácticamente solucionado.

La consecución de nuevas formas de vender el producto son clave para que la empresa pueda tener beneficio. No he tenido en cuenta para la venta del producto, los convenios con grandes marcas y compañías de videojuegos, dado que es algo complicado de conseguir, pero si así fuese, incrementarían los ingresos de forma exponencial.

El beneficio que sacamos de cada pegatina es de 6 céntimos, es un beneficio bastante alto entre otras cosas, gracias a un coste muy bajo a la hora de producir.

Para acabar, creo que es un negocio bastante rentable, no es necesaria una campaña publicitaria masiva, ni agresiva, todo lo contrario, hay que concienciar a la gente en la seguridad, si consigues hacer que los usuarios de ordenadores y aparatos electrónicos con cámara web se conciencien en utilizar algo para evitar ser observados, muchas personas adquirirían el producto al principio, y gracias al boca-oído, conseguiríamos aumentar las ventas en los años siguientes a la fecha de inicio.

## BIBLIOGRAFIA:

Como determinar el tamaño muestral

<http://www.psyma.com/es/la-empresa/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Datos estadísticos y gráficos de datos

<http://www.ine.es/>

DEMOGRAFÍA Y DATOS DE ZARAGOZA

<http://www.zaragoza.es/contenidos/estadistica/Cifras-Zaragoza-2016-1.pdf>

(Financiación de proyectos)

<https://www.verkami.com/>

Imagen de Marketing relacional

<https://www.gestiopolis.com/que-es-marketing-relacional>

(Imagen mapa de empatía)

[https://www.google.es/search?q=mapa+empatia+cliente&tbm=isch&imgil=V0tv7GYGabg2GM%253A%253BUqtAJ0itcYsqqM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Finnokabi.com%25252Fmapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente%25252F&source=iu&pf=m&fir=V0tv7GYGabg2GM%253A%252CUqtAJ0itcYsqqM%252C\\_&usg=\\_\\_UZECggHdWmKXcG0dUjDGPKbe650%3D&biw=1366&bih=638&ved=0ahUKEwid5KmPlbvUAhWJXBoKHXSoAX0QyjcILg&ei=gwhAWd2WJom5afTQhugH#imgrc=n8zMyqvRrMxVGM](https://www.google.es/search?q=mapa+empatia+cliente&tbm=isch&imgil=V0tv7GYGabg2GM%253A%253BUqtAJ0itcYsqqM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Finnokabi.com%25252Fmapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente%25252F&source=iu&pf=m&fir=V0tv7GYGabg2GM%253A%252CUqtAJ0itcYsqqM%252C_&usg=__UZECggHdWmKXcG0dUjDGPKbe650%3D&biw=1366&bih=638&ved=0ahUKEwid5KmPlbvUAhWJXBoKHXSoAX0QyjcILg&ei=gwhAWd2WJom5afTQhugH#imgrc=n8zMyqvRrMxVGM)

Página web oficial del ayuntamiento de Zaragoza



<http://www.zaragoza.es/sedeelectronica/>

(SUBVENCIONES POR JÓVENES EMPRENDEDORES)

[http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEmpleo/INAEM\\_Nuevo/Documentos/Emprendedores/EmprendoresAutonomos/CUADRO\\_autonomos\\_2016.pdf](http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEmpleo/INAEM_Nuevo/Documentos/Emprendedores/EmprendoresAutonomos/CUADRO_autonomos_2016.pdf)

Teoría de todas las ramas del trabajo, estrategia, estadística, marketing...

<https://moodle2.unizar.es/add/>

### CITAS USADAS EN EL TRABAJO

- 1) J. Andrews, Pearls and Pearl fishing. (1971-1977) (página 18)
- 2) R. Branson, Grupo Virgin (2007). (página 14)
- 3) A. Chandler, strategy and structure, chapters in the history of the American industrial enterprise, Cambridge. (1962) (página 18)
- 4) R. Dvoskin, Fundamentos de marketing: teoría y experiencia, Ediciones Granica, (2004) (página 31)
- 5) Johnsons, Scholes, Whittington, model of strategic management (2009). (página 15)
- 6) P. Kotlet y K. Keller, Marketing Pearson educación, México. (2009) (página 25)
- 7) B. López-Pinto, Los pilares del marketing, Universidad Politécnica de Cataluña, (2010) (página 30)
- 8) J. McCarthy, Oxford reference. (1960) (página 32)
- 9) R. Moss Kanter, Harvard Business Review (2009). (página 13)
- 10) M. Muñiz, Universidad complutense de Madrid. (2010) (página 42)
- 11) R. Pueyo, Fundación Ecológica y Desarrollo (2010). (página 12)

12) W. Zikmund, William y B. Babin, Investigación de Mercados, Cengage Learning Editores (2008). (página 30)

### ANEXOS:

#### POBLACIÓN POR EDAD Y SEXO

| EDAD  | HOMBRES |      | MUJERES |      | TOTAL<br>Nº |
|-------|---------|------|---------|------|-------------|
|       | Nº      | %    | Nº      | %    |             |
| 0-4   | 15.568  | 4,58 | 14.675  | 4,05 | 30.243      |
| 5-9   | 18.145  | 5,34 | 17.146  | 4,73 | 35.291      |
| 10-14 | 16.924  | 4,98 | 16.123  | 4,45 | 33.047      |
| 15-19 | 16.143  | 4,75 | 15.051  | 4,15 | 31.194      |
| 20-24 | 16.450  | 4,84 | 16.291  | 4,49 | 32.741      |
| 25-29 | 19.096  | 5,62 | 19.162  | 5,28 | 38.258      |
| 30-34 | 23.937  | 7,04 | 23.228  | 6,41 | 47.165      |
| 35-39 | 30.172  | 8,88 | 28.837  | 7,95 | 59.009      |
| 40-44 | 30.459  | 8,96 | 29.297  | 8,08 | 59.756      |
| 45-49 | 27.822  | 8,19 | 27.667  | 7,63 | 55.489      |
| 50-54 | 25.577  | 7,53 | 26.351  | 7,27 | 51.928      |
| 55-59 | 22.848  | 6,72 | 24.924  | 6,87 | 47.772      |
| 60-64 | 18.828  | 5,54 | 21.864  | 6,03 | 40.692      |
| 65-69 | 17.290  | 5,09 | 20.493  | 5,65 | 37.783      |
| 70-74 | 14.304  | 4,21 | 17.457  | 4,81 | 31.761      |
| 75-79 | 10.042  | 2,96 | 13.912  | 3,84 | 23.954      |
| 80-84 | 8.948   | 2,63 | 13.996  | 3,86 | 22.944      |
| >84   | 7.239   | 2,13 | 16.160  | 4,46 | 23.399      |
| TOTAL | 339.792 | 100  | 362.634 | 100  | 702.426     |

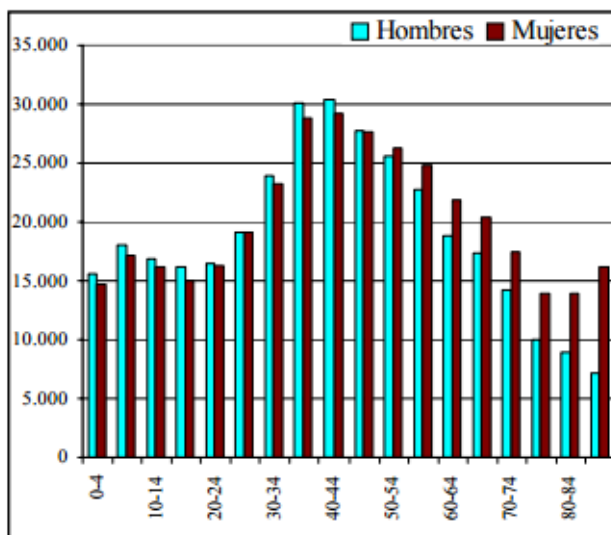


Tabla. 1: Datos del ayuntamiento de Zaragoza con respecto a la demografía, Año 2016.

#### POBLACIÓN EXTRANJERA POR CONTINENTES

| CONTINENTE | HOMBRES |       | MUJERES |       | TOTAL   |       |
|------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|            | Nº      | %     | Nº      | %     | Nº      | %     |
| Europa     | 23.232  | 44,87 | 21.686  | 44,90 | 44.918  | 44,89 |
| África     | 14.127  | 27,29 | 8.466   | 17,53 | 22.593  | 22,58 |
| América    | 10.386  | 20,06 | 14.862  | 30,77 | 25.248  | 25,23 |
| Asia       | 3.989   | 7,71  | 3.255   | 6,74  | 7.244   | 7,24  |
| Oceania    | 12      | 0,02  | 13      | 0,03  | 25      | 0,02  |
| Apátridas  | 25      | 0,05  | 13      | 0,03  | 38      | 0,04  |
| No consta  |         |       |         |       |         |       |
| TOTAL      | 51.771  |       | 48.295  |       | 100.066 |       |

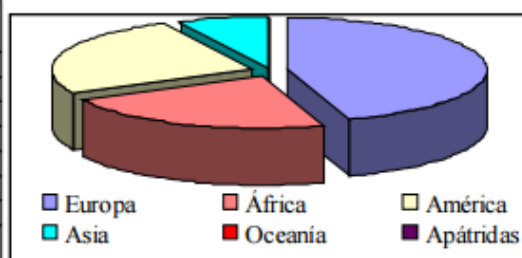


Tabla 2: Datos del ayuntamiento de Zaragoza con respecto a los habitantes extranjeros de la ciudad. Año 2016

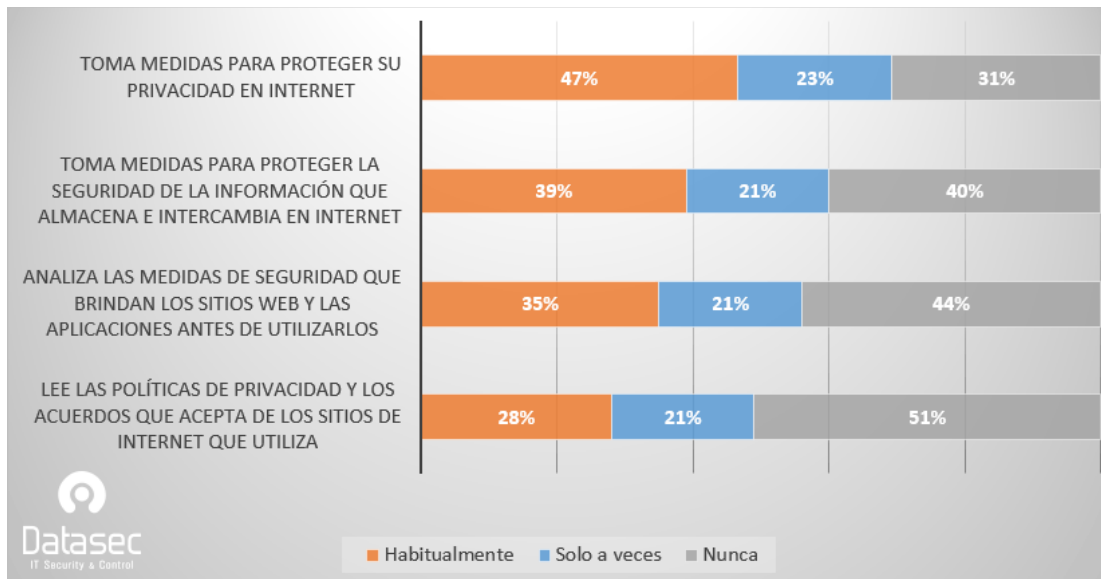


Tabla 3: Encuesta del INE para el grado de concienciación de los riesgos en Internet. (Instituto Nacional de Estadística) 2015

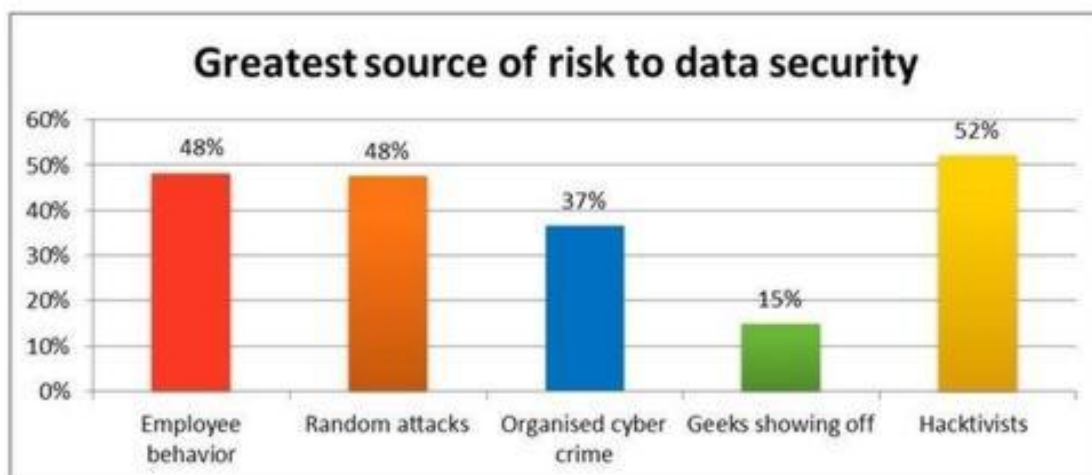
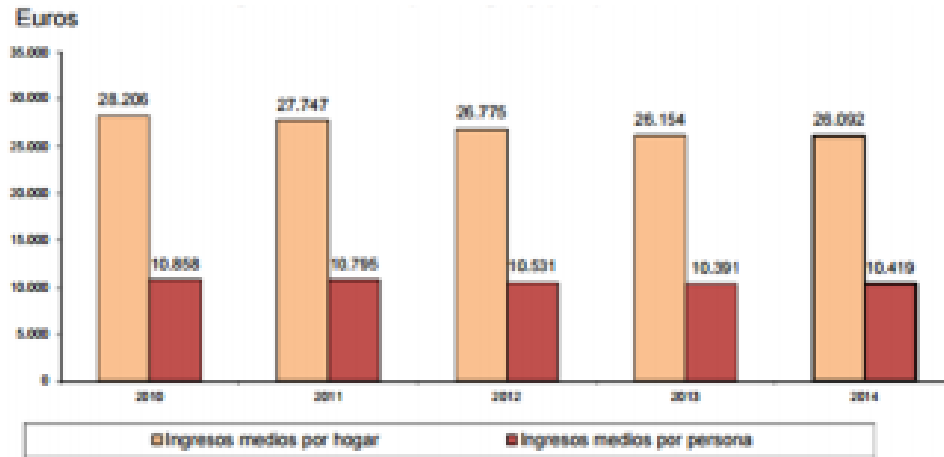


Tabla 4: principales riesgos de robos de información en Internet



Fuente: INE

Tabla 5. Evolución de los ingresos de las familias en Aragón.

Desglose de costes fijos por años:

| mes 1                       | mes 2  | mes 3  | mes 4  | mes 5  | mes 6                       | mes 7  | mes 8  | mes 9  | mes 10 | mes 11                      | mes 12 | TOTAL |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|--------|-------|
| 1382,3                      | 1382,3 | 1382,3 | 1382,3 | 1382,3 | 4382,3                      | 1382,3 | 1382,3 | 1382,3 | 1382,3 | 1382,3                      | 6382,3 | 245   |
| 150000 pegatinas fabricadas |        |        |        |        | 150000 pegatinas fabricadas |        |        |        |        | 300000 pegatinas fabricadas |        |       |

AÑO 1

AÑO 2

| mes 1  | mes 2  | mes 3  | mes 4  | mes 5  | mes 6  | mes 7  | mes 8  | mes 9  | Mes 10 | mes 11 | mes 12 | TOTAL   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 4732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 1732,3 | 7732,3 | 29787,1 |
| 150000 |        |        |        |        | 300000 |        |        |        |        |        |        |         |

AÑO 3

| mes 1  | mes 2  | mes 3  | mes 4  | mes 5  | mes 6  | mes 7  | mes 8  | mes 9  | Mes 10 | mes 11 | mes 12 | TOTAL   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 4832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 1832,3 | 7832,3 | 30987,1 |
| 150000 |        |        |        |        |        | 300000 |        |        |        |        |        |         |

Tablas 6,7 y 8: Gastos fijos mensuales de la actividad.

Número de establecimientos en los que consigo vender el producto

|           | mes 1 | mes 2 | mes 3 | mes 4 | mes 5 | mes 6 | mes 7 | mes 8 | mes 9 | mes 10 | mes 11 | mes 12 | total  |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| tiendas   | 0     | 0     | 5     | 12    | 18    | 10    | 22    | 25    | 18    | 16     | 20     | 35     | 181    |
| pegatinas | 0     | 0     | 6250  | 15000 | 22500 | 12500 | 27500 | 31250 | 22500 | 20000  | 25000  | 43750  | 226250 |
| euros     | 0     | 0     | 500   | 1200  | 1800  | 1000  | 2200  | 2500  | 1800  | 1600   | 2000   | 3500   | 18100  |

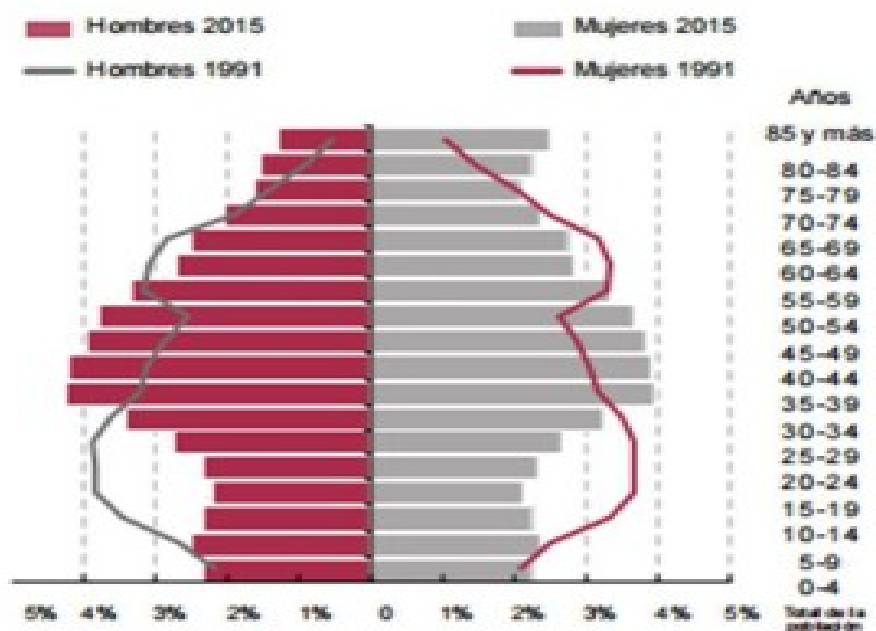
- Tabla 9 donde se representan los ingresos del primer año.

año 4

Número de establecimientos en los que consigo vender el producto.

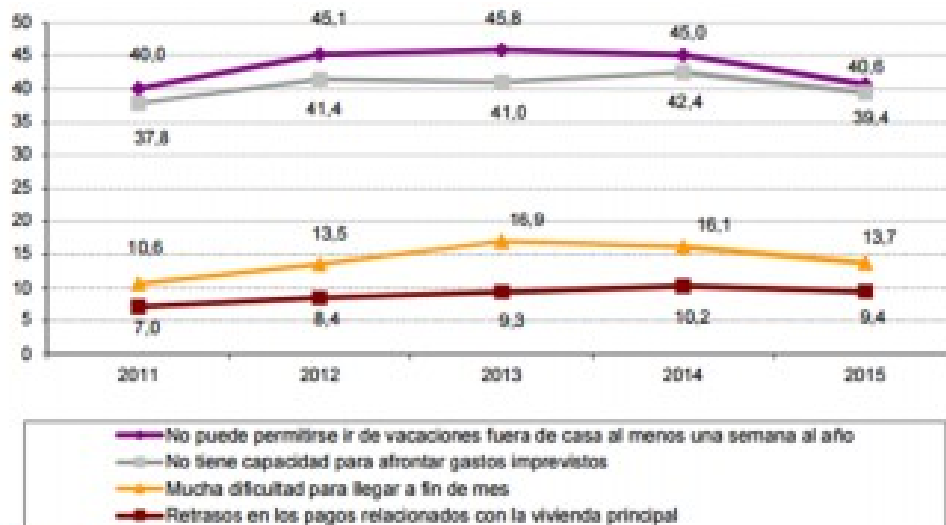
|           | mes 1 | mes 2 | mes 3 | mes 4 | mes 5 | mes 6 | mes 7 | mes 8 | mes 9 | mes 10 | mes 11 | mes 12 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| tiendas   | 40    | 42    | 40    | 38    | 40    | 40    | 42    | 40    | 40    | 45     | 50     | 50     |
| pegatinas | 50000 | 52500 | 43750 | 47500 | 50000 | 50000 | 52500 | 50000 | 50000 | 56250  | 62500  | 62500  |
| euros     | 4000  | 4200  | 3500  | 3800  | 4000  | 4000  | 4200  | 4000  | 4000  | 4500   | 5000   | 5000   |

Tabla 10: ingresos y puntos de venta del año 4



Fuente: Gobierno de Aragón

Gráfico 1. Evolución de la población en Aragón desde 1991-2015



Fuente: INE

Gráfico 2. Evolución de las dificultades económicas de los hogares.

### ENCUESTA DE CONCIENCIACIÓN DE LOS RIESGOS DE INTERNET Y CONOCIMIENTO DE LOS GUSTOS DE LOS CLIENTES

- 1) ¿Utiliza habitualmente ordenador con cámara web?  
Sí  No
- 2) ¿Suele utilizar este ordenador en conexiones Wifi gratuitas?  
Sí  No
- 3) ¿Conoce usted el riesgo de que su ordenador sea hackeado mientras utiliza estas redes wifi gratuitas?  
Sí  No
- 4) ¿Sabe usted que el uso de la cámara web puede conllevar riesgos de seguridad?  
Sí  No
- 5) ¿Sabe usted que a través de su web cam puede ser observado por cualquier persona con conocimientos de internet?  
Sí  No
- 6) ¿Utiliza algún método para tapar su cámara web ante posibles mirones?  
Sí  No
- 7) ¿conoce algún producto específico para solucionar este problema de seguridad?  
Sí  No   
Si la respuesta es afirmativa, ¿podría decir cuál? \_\_\_\_\_
- 8) Enseñaría mi producto y explicaría para que sirve, tras esto: ¿lo ve útil?  
Sí  No
- 9) ¿le parecería un precio adecuado 1 € por 10 de estas pegatinas?  
Sí  No

10) Si el producto contuviera publicidad y se lo regalasen en alguna tienda, ¿lo utilizaría de manera habitual?

Sí

No