



PLAN DE EMPRESA PARA LA STARTUP MYPLIX



Rafael González Carrión

Plan de empresa para la startup Myplix

Tutor: Carlos Vicente García Gallego

Facultad de Administración y Dirección de Empresas

Universitat Politècnica de València



Índice



Índice.....	2
Índice de tablas.....	5
Índice de figuras.....	7
Índice de imágenes.....	9
1 Introducción.....	11
1.1 Resumen.....	12
1.2 Objetivos.....	14
1.3 Metodología.....	16
2 Análisis estratégico.....	19
2.1 Introducción.....	20
2.2 Estudio del macroentorno.....	21
Factores Políticos.....	21
Factores económicos.....	22
Factores socio-culturales.....	25
Factores tecnológicos.....	25
2.3 Estudio del microentorno.....	28
Proveedores.....	28
Competencia.....	28
Amenazas de la competencia.....	31
Potenciales Clientes.....	32
Amenazas de entrada.....	32
2.4 Análisis DAFO.....	33
3 Análisis de la organización	35
3.1 Introducción.....	36
3.2 Misión, visión y valores.....	37
3.3 Forma jurídica.....	39
3.4 Proceso de constitución.....	40
3.5 Plan de operaciones.....	41
3.6 Localización.....	43



4	Plan de recursos humanos.....	45
4.1	Introducción.....	46
4.2	Perfiles del equipo Myplex.....	49
4.3	Política salarial	55
4.4	Organigrama.....	57
5	Plan de marketing	59
5.1	Introducción.....	60
5.2	Objetivos del Plan de Marketing.....	61
5.3	Estrategia de Marketing.....	63
5.4	Plan de acción.....	64
5.5	Presupuesto.....	66
5.6	Control y seguimiento.....	67
6	Plan económico-financiero.....	69
6.1	Introducción.....	70
6.2	Inversión y financiación.....	71
6.3	Previsión de ventas.....	74
6.4	Previsión de gastos.....	78
6.5	Viabilidad financiera de Myplex.....	86
7	Conclusiones.....	87
	Bibliografía.....	91
	Libros y publicaciones.....	92
	Documentos electrónicos.....	93
	Anexos.....	95
	Anexo 1 – Ingresos y gastos en el escenario optimista..	96
	Anexo 2 – Ingresos y gastos en el escenario realista.....	97
	Anexo 3 – Ingresos y gastos en el escenario pesimista..	98



Índice de tablas



- Tabla 5.1. Acciones Marketing
- Tabla 5.2. Presupuesto acciones marketing
- Tabla 6.1. Progresión ventas optimista
- Tabla 6.2. Progresión ventas realista
- Tabla 6.3. Progresión ventas pesimista



Índice de figuras



Figura 6.1. Evolución ventas optimista

Figura 6.2. Evolución ventas realista

Figura 6.3. Evolución ventas pesimista

Figura 6.4. Evolución beneficios optimista

Figura 6.5. Beneficio optimista

Figura 6.6. Evolución beneficios realista

Figura 6.7. Beneficio realista

Figura 6.8. Evolución beneficios pesimista

Figura 6.9. Beneficio pesimista



Índice de imágenes



Imagen 2.1. Tasa de desempleo

Imagen 2.2. Turismo en España en 2016

Imagen 2.3. Uso de Internet en el último trimestre de 2016

Imagen 2.4. Curva de valor

Imagen 2.5. DAFO

Imagen 4.1. Organigrama



1. Introducción

1.1 Resumen

En el presente trabajo final de grado se expone y desarrolla el plan de negocio, con el fin de su puesta en marcha, de Myplex, proyecto empresarial que tiene por objeto la organización de planes sorpresa de ocio para parejas y grupos de amigos, donde se incluye una actividad y una comida o una cena.

El proyecto surgió tras observar nuevos comportamientos en los usuarios, donde se valora mucho más la compra de una "experiencia" que la compra de un servicio y/o producto concreto. Son varios proyectos que ya han tenido éxito con la venta de "experiencias" y, siendo más concretos, con experiencias sorpresa como el caso de Waynabox, startup que organiza viajes sorpresa a un precio cerrado.

Por otro lado, además del factor sorpresa, también se da solución a un problema que los clientes demandan y que es el ahorro de tiempo. Nuestro servicio ahorra al cliente todos los trámites y tiempos gastados en organizar y contactar para realizar actividades de ocio y restauración, lo cual también se refleja en el mercado y en startups que tienen como gran valor diferencial el ahorro de tiempo para el cliente, como es el caso de Mr. Jeff la cual ofrece un servicio de lavandería y tintorería a domicilio.

Dentro de las motivaciones que han impulsado la puesta en marcha de este proyecto empresarial se puede hacer referencia, por un lado, a una motivación personal y, por otro, a motivaciones del comportamiento del usuario y del mercado.

En primer lugar, la motivación personal que ha llevado a mis compañeros y a mí a emprender este proyecto fue la dificultad que teníamos de hacer planes diferentes de ocio con nuestros amigos. Cuando se intentaba realizar algún plan distinto al de todos los fines de semana siempre implicaba un gran esfuerzo en ponerse de acuerdo y en organizar todo, llegando muchas veces a desistir y realizar ningún plan diferente. Por ello y tras contrastar la idea con varias personas de dentro y fuera de nuestro entorno, decidimos poner solución a este problema creando la plataforma que es hoy en día Myplex.

Por otro lado, encontramos motivaciones basadas en tendencias y situaciones del mercado actual. A día de hoy una gran mayoría de comercios trabajan de manera online, contando con plataformas tecnológicas propias donde publicitan y venden sus productos y/o



servicios. Con todo esto, el consumidor actual se está acostumbrando cada vez más a realizar sus compras a través de plataformas.

Además, como se ha comentado anteriormente, se ha observado en el comportamiento del usuario una tendencia de búsqueda y compra en "experiencias" y una necesidad de comodidad y ahorro de tiempo, que ha impulsado aún más la idea y creación de Myplix.

Por lo tanto, esta serie de motivaciones son las que han llevado en su conjunto a plantear el plan de empresa que aquí se expone.

Para poder desarrollar bien el plan de empresa, se ha puesto el foco en el mercado español, más concretamente, en el valenciano dado que el negocio comenzará su actividad en la provincia de Valencia, escalando posteriormente el proyecto a nivel nacional en ciudades como Madrid o Barcelona.

1.2 Objetivos

El objetivo principal del presente trabajo final de grado consiste en analizar y evaluar la viabilidad de una plataforma online para la promoción y venta de planes sorpresa de ocio, denominada Myplx.

Para poder obtener una conclusión clara sobre la viabilidad del proyecto se va a realizar un estudio de las variables tanto internas como externas que afectan al citado plan de negocio, haciendo especial énfasis en la estructura interna de la empresa.

Dicho esto y para poder alcanzar ese objetivo principal se van a marcar una serie de objetivos parciales, más específicos, que servirán como guía a la hora de desarrollar este trabajo. Dichos objetivos parciales serían los siguientes:

En primer lugar, conviene estudiar el entorno de la empresa cuyo plan de negocio se expone en el presente trabajo final de grado. De este modo, se realizará un análisis del macro entorno de la empresa para determinar si nos encontramos ante un buen momento para poner en marcha un negocio o si, por el contrario, la situación política, económica y social desaconseja hacerlo.

Además, habrá que realizar un estudio del sector en el que la empresa pretende operar, determinando el segmento de mercado al cual va a ir dirigido e identificar sus stakeholders.

En segundo lugar, se analizará la situación interna de la empresa para estructurarla correctamente, realizándose así un análisis estratégico donde identificaremos el valor diferencial del proyecto y donde se posiciona en el mercado frente a la competencia existente.

Una vez completados los apartados anteriores será conveniente desarrollar un plan estratégico que guíe a medio plazo a la empresa y fije de forma estructurada una serie de acciones a ejecutar. En particular, habría que realizar en este punto un análisis de la organización donde, por ejemplo, se tratará la forma de constitución de la empresa, seguido de un plan de recursos humanos donde se describirán los diferentes roles necesarios en el proyecto y se desarrolla la política de recursos humanos que se seguirá en el equipo de trabajo.

A continuación se llevará a cabo el plan de marketing donde se plasmará la estrategia a seguir para promocionar y posicionar la marca



de la empresa en el mercado con sus correspondientes acciones a ejecutar.

Por último, se expondrá en plan económico-financiero que contendrá entre otras cosas las previsiones de ventas para los próximos 5 años y se finalizará el trabajo con un apartado de conclusiones donde se analizarán las ideas y estrategias expuestas a lo largo del plan de empresa, interrelacionándolas entre sí y mostrando los pilares fundamentales del desarrollo del proyecto, y determinando finalmente si se considera al proyecto objeto del plan de negocio, viable o no.

1.3 Metodología

A lo largo de todo de los estudios el Grado de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Politécnica de Valencia se imparten una serie de materias que han supuesto una buena ayuda para poder realizar de la manera más completa y efectiva posible este plan de negocio.

Dentro de esta serie de materias cabe destacar a algunas por encima del resto, ya que estas han supuesto una ayuda mucho mayor y se encuentran directamente relacionadas con varias partes de este trabajo que a continuación se indican. Dichas materia son las siguientes:

Para el estudio del análisis estratégico, interesa destacar la utilidad de las asignaturas de Estrategia y Diseño de la Organización, Economía Española, Macroeconomía y Microeconomía. Gracias a estas materias que se dieron en el grado ha sido mucho más facilidad conocer el entorno económico que rodea a la empresa, así como localizar e interpretar los factores externos e internos que influyen sobre Myplex.

En cuanto al análisis de la organización, las asignaturas más significativas para este análisis han sido Introducción a la Administración de Empresas, Estrategia y Diseño de la Organización y Derecho tanto Mercantil como Laboral. Los conocimientos adquiridos en las asignaturas de derecho han sido cruciales para poder identificar la mejor forma jurídica y laboral posible para articular el proyecto. Por otro lado, los conceptos organizacionales comprendidos en materias como EDO e IAE han sido necesarios para determinar correctamente la misión de la empresa o el organigrama que va a presentar.

En el apartado en el que se expone el plan de recursos humanos apartado se destaca la relación de asignaturas como Dirección de Recursos Humanos y Derecho Laboral ya que ambas son fundamentales para una buena organización y estrategia de recursos humanos. Es muy importante contar con un plan sólido y eficiente donde existan roles bien definidos para tener un equipo lo más competente y eficiente posible, algo muy relevante para que una startup como Myplex pueda alcanzar sus objetivos.



En lo que respecta al Plan de Marketing, interesa señalar que obtener una estrategia de marketing que sea capaz de promocionar y situar a Myplex en el mercado es algo vital para el proyecto, por ello los conceptos aprendidos en las asignaturas de Investigación Comercial, Dirección Comercial y Marketing en Empresas y Servicios Industriales han sido cruciales para el buen desarrollo de dicha estrategia.

Finalmente, para poder estructurar una buena estrategia de costes e inversiones que permita obtener el mayor beneficio posible con el proyecto se ha realizado un Plan económico-financiero. Para ello se han puesto en práctica conocimientos dados en asignaturas como Contabilidad de Costes e Introducción a la Auditoría y Contabilidad Financiera y de Sociedades.

Por otro lado, conviene añadir que para el desarrollo de cada uno de los apartados que componen el presente trabajo final de grado se han utilizado diferentes fuentes y recursos. Algunos de los más señalados son los que se citan a continuación:

Para el desarrollo del análisis del plan de empresa se han utilizado, básicamente los datos provenientes de mi propia experiencia desarrollando la actividad de Myplex día a día.

Además de la propia experiencia los datos utilizados para arrancar el proyecto vienen respaldados por los directores de proyectos que tengo en la aceleradora de empresas Lanzadera que cuentan con una larga experiencia en el impulso de startups con las características similares a Myplex. Una de esas startups es Waynabox, de la cual tengo referencias de las acciones y resultados de su plan estratégico de lanzamiento gracias a los directores de proyectos.

Por último, también se han utilizado fuentes como el Instituto Nacional de Estadística para el desarrollo de puntos como el análisis estratégico.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA





2. Análisis estratégico



2.1 Introducción

Para tener un mayor control y conocimiento de la situación de la empresa es de vital importancia conocer bien el entorno que la rodea, por eso es importante que se determinen y analicen las variables que influyen en el funcionamiento y desarrollo de Myplix, tanto internas como externas.

Con esto claro, se va a pasar a estudiar el macro-entorno que afecta a Myplix, que viene a ser las variables que afectan de manera no directa al funcionamiento y operativa del proyecto, siendo estas las más difíciles de controlar y prever para la empresa.

Una vez analizado el macro-entorno, se pasará a estudiar el micro-entorno, donde se entrará a analizar en profundidad las variables que influyen directamente en la empresa, las cuales son más fáciles de controlar y prever siendo esto imprescindible para una buena estrategia empresarial.

2.2 Estudio del macro-entorno

En este punto se van a tratar aquellos factores que de manera externa influyen en el sector en el que Myplix actualmente actúa, así como otros en los que se encuentre fuertemente relacionado. Estos factores no pueden ser controlados directamente por la empresa, pero pueden estudiarse e intentar disminuir el impacto negativo, así como aprovechar y aumentar el positivo, que estos tengan sobre la empresa.

Para poder estudiar correctamente esto se va a realizar un análisis PEST, el cual es una herramienta donde se señalan y estudian los principales factores externos que influyen en la actividad de la empresa que se encuentran dentro de su ámbito general.

Los factores externos a tratar son los siguientes:

Factores Políticos

Estos factores son aquellos relacionados con las políticas gubernamentales que el gobierno del país decide poner en práctica en el estado, afectando directa o indirectamente a la actividad de la empresa.

Los factores de este tipo a destacar, en relación a Myplix, son los siguientes:

- **Inestabilidad Política Nacional e Internacional**

El panorama europeo se prevé que sufra cambios tras el "sí" al brexit en el Reino Unido. En relación a Myplix, la consecuencia más directa e importante viene dada por el turismo, ya que los turistas británicos suponen aproximadamente el 1,3% del PIB. Por ello existe el temor de que el brexit pueda provocar una disminución considerable del turismo y, por el consiguiente del ocio, en España.

No obstante, durante este ejercicio no se ha observado ningún tipo de disminución, si no más lo contrario, ha vuelto a haber un aumento del turismo, en concreto del británico, llegando a alcanzar cifras históricas.

Por todo esto, se considera que, a pesar de que exista una futura disminución de la economía debida al brexit, el turismo no verá gravemente sus cifras en los próximos años.

- **Bajada del IVA Cultural:** en este 2017, tras varias quejas, el gobierno decidió bajar el IVA cultural que estaba marcado en el 21% al 10% en todos aquellos espectáculos en directo como el teatro, monólogos...
Dado que en Myplex se cuenta con varias actividades que incluyen ir a un monologo o a una obra teatral independiente, esta medida favorece mucho a la hora de ofrecer unos precios más competitivos.
- **Políticas de impulso al turismo tanto nacional como de Valencia:** debido al gran impacto que tiene el sector turismo en España y teniendo una directa relación positiva con el ocio, los gobiernos tanto nacional como provincial han tomado varias medidas de apoyo ha dicho sector, lo que hace aumentar considerablemente el número de usuarios en temporadas vacacionales como puede ser el verano o las fallas, concretamente en Valencia.

Factores económicos

Cuando se habla de factores económicos son aquellos de naturaleza económica que influyen tanto al mercado en general como a sectores u empresas en concreto.

Los factores de este tipo a destacar, en relación a Myplex, son los siguientes:

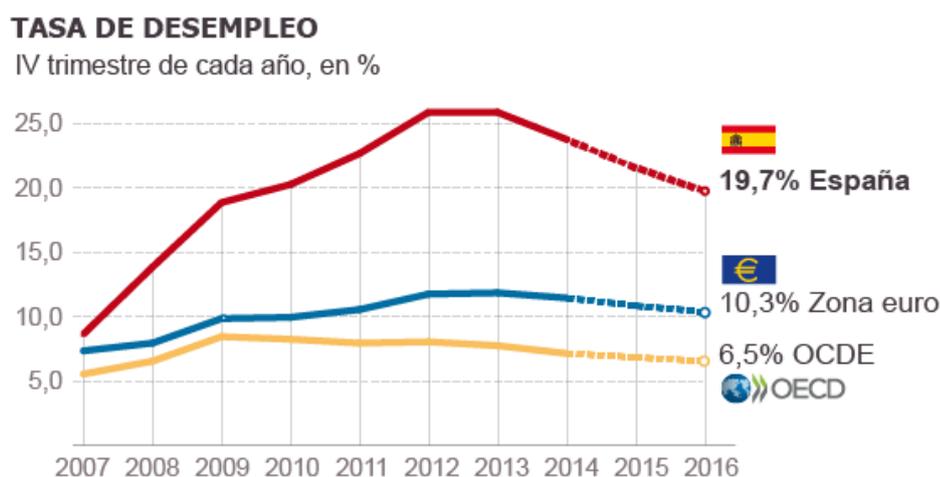
- **Ecosistema emprendedor:** Actualmente en la ciudad de Valencia se ha generado un cluster de emprendimiento sustentado por una serie de incubadoras y aceleradores de empresas que proporcionan formación y apoyo tanto económico como estratégico a startups. Varias de estas aceleradoras son Lanzadera, StartUPV, Plug and Play...
- **Éxito de startups con el "factor sorpresa":** Existen ya startups como Waynabox y Airhopping que han hecho de la experiencia sorpresa su valor clave y diferencial, teniendo

ambas éxito en el mercado español actual.

Waynabox ya ha recibido varias rondas de inversión que le han permitido expandirse al extranjero, y Airhopping se encuentra actualmente en Lanzadera siendo uno de los proyectos más prometedores de la aceleradora.

- **Promociones y descuentos:** En el mercado actual, más concretamente en el online, los consumidores se han acostumbrado a disponer de una gran serie de descuentos y promociones que son decisivos en su decisión de compra. Estos descuentos y promociones vienen dados sobretodo en las redes sociales como pueden ser Instagram o Facebook, generando además imagen corporativa.
- **Crisis económica y recuperación:** Desde el año 2008 el país se vio sumergido en una dura crisis que ha afectado el tejido empresarial tanto a nivel nacional como a nivel provincial. No obstante a lo largo del 2016 y 2017, se ha conseguido ir reflotando la situación, propiciando una recuperación económica que convierte este momento en uno bueno para impulsar la creación de nuevos negocios y por consiguiente de nuevo empleo.

Imagen 2.1. Tasa de desempleo



Fuente: OCDE.

EL PAÍS

Fuente: OCDE

Como se puede apreciar en la imagen, los datos reflejan una mejora considerable en la tasa de desempleo española. Desde el 2007, con la repercusión de la crisis económica, el

desempleo ascendió notablemente año tras año hasta alcanzar sus máximas en años como el 2012 y 2013.

Tras pasar estos años, se comenzó a experimentar una lentas mejoras que han ido incrementando hasta colocarse la tasa de paro en el 19,7% en el año 2016, cifra que no se alcanzaba desde 2009.

- **Fuerte relación con el turismo:** El sector del ocio se encuentra fuertemente ligado al turismo. Dado que las cifras que el turismo arrojan en nuestro país son cada vez más positivas, el consumo de ocio también ha aumentado a lo largo de estos, sobretodo en ciudades costeras como es Valencia. Además del crecimiento, el ocio también ha sufrido una mayor estacionalidad a lo común gracias al turismo, siendo la temporada estival la más notable o festivos como Las Fallas en Valencia.

Imagen 2.2. Turismo en España en 2016

	LLEGADAS	% variación
Cataluña	17.032.815	3,8
Baleares	12.910.595	12,0
Canarias	12.047.462	12,7
Andalucía	10.145.789	12,9
C. Valenciana	7.463.664	16,8
C. Madrid	5.320.453	12,6
País Vasco	1.334.977	-11,4
Castilla y León	1.178.839	42,7
Galicia	1.021.536	-19,7
Región de Murcia	942.137	23,4
Aragón	627.432	64,7
Cantabria	370.318	-8,3
Navarra	293.009	22,5
Principado de Asturias	280.094	16,3
Extremadura	238.737	31,3
Castilla-La Mancha	219.180	32,8
La Rioja	144.627	89,0
Ceuta y Melilla	11.821	158,0

Fuente: El Huffington Post

Como se puede apreciar en la imagen anterior, el turismo de 2016 ha crecido considerablemente respecto a 2015. Se destaca las numerosas llegadas de turistas extranjeros a las comunidades costeras del territorio, siendo Cataluña las que más turistas recibe, seguida de los archipiélagos, Andalucía y Comunidad Valenciana.

Factores socio-culturales

Son los factores que tratan las características culturales y las formas de sociedad que confluyen en el ámbito de la empresa. Los ejemplos más claros son la religión o la educación.

Los factores de este tipo a destacar, en relación a Myplex, son los siguientes:

- **Mayor consumo online:** Los consumidores están cada vez más habituados a realizar sus compras a través de canales online. Es por ello que es vital hoy día para una empresa contar con dichos canales ya que la evolución del mercado, así como el análisis de los consumidores, nos indica que ese es el camino a seguir. Dentro de estos canales, se deben destacar aquellos que se encuentran adaptados a los dispositivos móviles.
- **Saturación por gran oferta de productos/servicios:** Un porcentaje de los consumidores reconocen encontrarse saturados con la gran cantidad de productos y servicios que encuentran en su día a día. Por ello, muchos consumidores premian cada vez más el grado de innovación de comodidad que les ofrecen nuevos productos/servicios en el mercado. Myplex aprovecha esta situación ofreciendo un servicio innovador y cómodo a tan solo pocos clicks del consumidor.

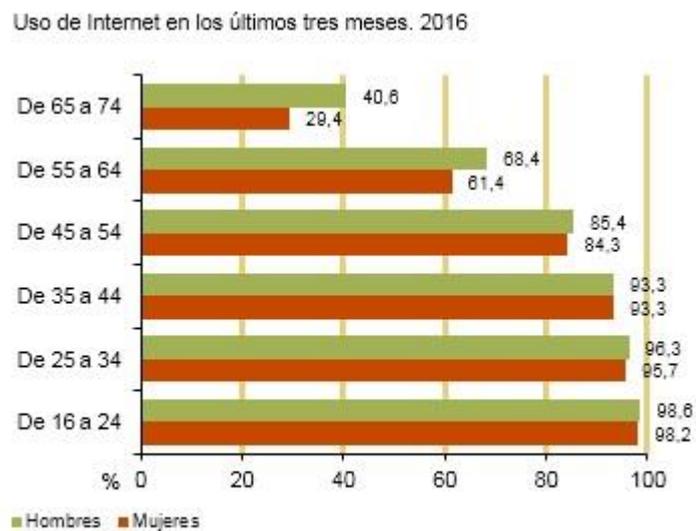
Factores tecnológicos

Estos factores son los que marcan y relacionan el nivel de desarrollo tecnológico y el nivel diferenciador de este en el ámbito de general de la actividad de la empresa.

Los factores de este tipo a destacar, en relación a Myplex, son los siguientes:

- **Internet:** Algo tan simple y conocido como es internet es el factor tecnológico más fuerte que una empresa puede tener hoy día. La presencia online optimiza de gran manera los recursos de una empresa, haciéndole estar presente de manera rápida y eficaz internacionalmente. Gracias a esto el mercado global se ha abierto a toda empresa con un coste mucho menos de lo que suponía hacerlo sin Internet.

Imagen 2.3. Uso de Internet en el último trimestre de 2016



Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. INE

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como se puede apreciar en el gráfico, entre la edad de 16 a 54 años, más del 80% de la población hace uso de internet en su día a día, sin haber una diferencia significativa entre hombres y mujeres. Por otro lado desde los 55 años de edad el uso de internet por parte de la población se va viendo reducido contra mayor edad, siendo algo mayor el uso de los hombres que el de las mujeres.



Tras a ver realizado en análisis del macroentorno, se puede cerciorar que el momento del mercado actual es propicio para poner en marcha Myplex. El sector y sus factores influyentes principales se muestran generalmente positivos al desarrollo de la actividad de la empresa.

2.3 Estudio del micro-entorno

En este bloque vamos a analizar aquellos factores externos que influyan de forma directa en Myplex y su actividad. Estos factores pueden ser controlados y medidos de una forma más fiable para tener un mayor control de su impacto en la compañía.

En este sentido se analizarán las características de los proveedores de la empresa, la competencia que pudiera existir en el sector en el que va a operar la empresa, así como las amenazas de entrada y los potenciales clientes.

Proveedores

Una de las piezas fundamentales para el buen funcionamiento del proyecto es la red de proveedores que este tiene. Para poder tener una mayor oferta de ocio y restauración y sobretodo para poder ser más competitivos es vital contar con un buen número de proveedores que te permitan ofertar a tus clientes una amplia variedad, así como ofrecerles disponibilidad total y precios asequibles.

Actualmente en la provincia de Valencia se cuenta con un gran número de proveedores que permitan cumplir estos requisitos.

A modo de ejemplo, uno de los proveedores de la actividad "Lasergame" tiene sus precios al público a 10 euros la hora, por el contrario, a Myplex le facilita un precio de coste de 5 euros la hora, lo que permite tener un margen de maniobra muy amplio y cómodo.

Competencia

Como competencia más directa de Myplex se puede identificar principalmente dos bloques: las empresas de cupones descuento, de las que se destacan Groupon y Letsbonus, y las empresas comercializadores de cofres regalo, como son Smartbox y LVEB.

Por un lado, las empresas de cupones descuento cuentan con una gran variedad de ofertas y promociones de todo tipo, desde ocio hasta productos de cosmética o viajes. Además de esto, este tipo de empresas suelen marcar unos márgenes de gestión

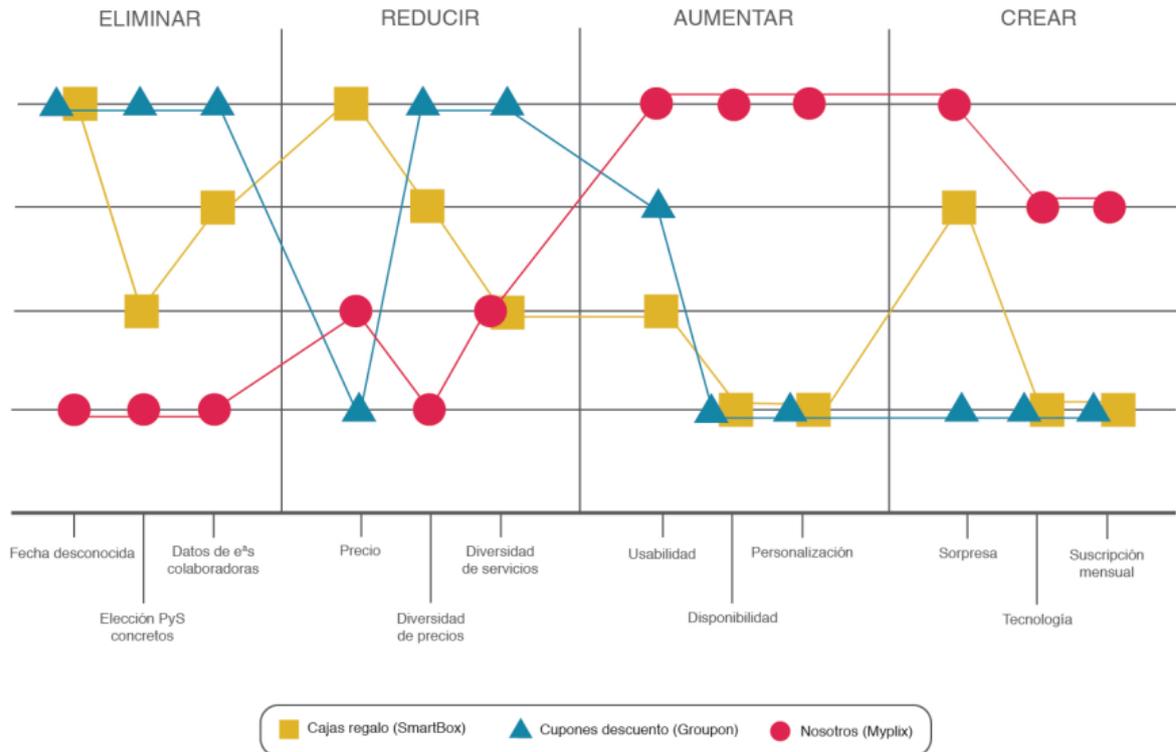


considerables a sus proveedores, ya que son una de las herramientas de conversión más potentes para estos. Por otro lado, las empresas comercializadoras de cofres regalo, cuentan con una amplia oferta de ocio, restauración y turismo, tanto nacional como internacionalmente, contando con una variedad de precios tanto asequibles como Premium. También cabe nombrar que los propios proveedores de actividades de ocio pueden considerarse como competencia.

Para ejemplificar lo anteriormente dicho, tras varios encuentros con los proveedores de Myplex, estos confirmaron que la competencia contaba con actividades suyas entre un 35%-70% más baratas que su precio al consumidor, dejando a los proveedores con un margen de beneficio minoritario. Por lo consiguiente, para continuar con el ejemplo del "Lasergame", este tipo de empresas pueden conseguir hasta un precio de coste de 3-4 euros, vendiendo luego ellas en su web o paquetes sorpresa la actividad entorno a los 7,5-9 euros.

Tras comentar las características principales de los competidores directos, se destaca que Myplex se diferencia de estos principalmente en su "factor sorpresa", ya que el resto de la competencia vende planes de ocio determinados. Además de esto, se pueden destacar también como puntos diferenciadores el hecho de que Myplex tenga una política de comisiones menos agresiva, que busca el beneficio del proveedor y un menos coste para el consumidor final; la disponibilidad total de sus planes y su foco en experiencias únicamente de ocio.

Imagen 2.4. Curva de valor



Fuente: Elaboración propia

Tras observar la curva de valor, se destacan los puntos más importantes de cada bloque. En primer lugar, la eliminación de la fecha desconocida y que el cliente de Myplex puede seleccionar la fecha y franja horaria en la que quiere su plan.

En segundo lugar, la reducción del precio ya que se presenta una variedad de planes un precio por plan muy asequible en comparación a la competencia.

En tercer lugar, se destaca el aumento de la disponibilidad, la cual es completa ya que el cliente tendrá asegurado uno de planes preseleccionados en la fecha elegida.

Por último, la novedosa inclusión del factor sorpresa en este negocio es lo más destacado en cuanto a creación/innovación se refiere dentro de Myplex.

Amenazas de la competencia

Tras haber realizado el análisis de los principales competidores, habiendo recalcado sus principales características y diferencias con Myplix, es momento de destacar las amenazas reales que pueden suponer estos para la progresión del proyecto.

En lo referente al ocio, el consumidor es generalmente poco fiel a una marca en concreto. Estos consumen ocio de aquellas empresas que les aporten las mejores experiencias al precio más económico en relación a la calidad de estas.

Además de esto, los consumidores tienen una gran variedad de gustos y preferencias dentro del ocio, teniendo algunos predilección por experiencias de multiaventura por ejemplo y otros por experiencias como los monólogos.

Con esto se ve que los consumidores de ocio son muy particulares y contentar a todos ellos por igual es una tarea muy ardua y complicada que requiere de un gran esfuerzo por parte de las empresas a la hora de satisfacer sus necesidades.

Con todo esto, se puede apreciar que los competidores actuales pueden suponer a priori una amenaza para la progresión de Myplix, no obstante y como se ha comentado anteriormente, Myplix ha identificado un nicho en concreto que son aquellos consumidores de ocio que les gusta dejarse sorprender con nuevas experiencias.

Por esto, Myplix parte desde una posición ventajosa ya que ha segmentado una parte del target de sus competidores y se ha centrado en cubrir sus necesidades. Si la estrategia comercial y de marketing de la compañía sus acertadas y ágiles, se prevé que los competidores no interfieran de una manera relevante en el crecimiento de la empresa.

Potenciales clientes

El público objetivo al que Myplix se dirigirá en el corto plazo son parejas y grupos de amigos entre 25-40 años residentes en valencia con un poder adquisitivo medio-alto.

Este grupo se caracteriza por una notable tendencia a la compra online, así como de disponer un menor tiempo libre que deben aprovechar lo mejor posible. Por ello, un servicio como el que Myplix ofrece, les permite disfrutar de su tiempo libre con actividades de ocio a un precio asequible y con total sencillez y comodidad.

Amenazas de entrada

El sector del ocio no cuenta con unas altas barreras de entrada al inicio, aunque cierto tipo de actividades sí que requieren de una inversión inicial alta en compra de inmovilizado para la realización de algún tipo de actividad en concreto. No obstante, en la actualidad del sector es más común la aparición de plataformas online como la de Myplix que se dedique a la intermediación de experiencias de ocio más que a la adquisición de las propias actividades.

Por ello, si Myplix actúa de manera rápida y eficaz, obtendrá una posición dentro del sector del Ocio muy marcada y que le permitirá poder afrontar con mayor facilidad la entrada de nuevos competidores en el sector y, más concretamente, en su nicho de las experiencias sorpresas de ocio.

Para lograr dicho posicionamiento, la empresa debe cerrar una red de proveedores confianza, que actúe como barrera de entrada para nuevos competidores, y disponer de una estrategia de comunicación y captación de clientes que le permita ser conocido por el consumidor en el corto plazo.

2.4 Análisis DAFO

El análisis DAFO es una herramienta mundialmente conocida que es de gran utilidad a la hora de plantear las bases de cualquier estrategia empresarial. Con él se expone y estudia la situación de la empresa analizada desde una visión interna (Debilidades y Fortalezas) y externa (Amenazas y Oportunidades).

Imagen 2.5. DAFO



Fuente: SIGA

A continuación se va a pasar a comentar el DAFO que se ha realizado para Myplix:

- **Debilidades**

- Falta de posicionamiento en el mercado.
- Empresa nueva con pocos recursos económicos.
- Pocas razones de realización de planes (Valencia).
- Desconfianza inicial del consumidor al ser un producto nuevo e innovador.

- **Amenazas**

- Crisis económica y paro.
- Competencia en el sector online del ocio.
- Entrada de nuevos competidores por la baja inversión inicial.

- **Fortalezas**

- Comercio online.
- Precio asequible, calidad y disponibilidad.
- Grandes beneficios y bajo coste de financiación.
- Flexibilidad en la reserva.
- Equipo cualificado.

- **Oportunidades**

- Crecimiento de la variedad de actividades de ocio.
- Mercado en crecimiento.
- Aumento de la demanda.
- Única que ofrece este producto/servicio.
- Negocios en auge con el valor diferencial de la sorpresa.

El DAFO muestra que la situación de la empresa es favorable para el desarrollo de la actividad. Como punto negativo más destacado se encuentra la falta de capital inicial, no obstante puntos positivos como un equipo calificado, unos buenos márgenes de beneficios o el factor innovador de la sorpresa, hacen que el balance positivo del DAFO sea superior al negativo.



3. Análisis de la organización



3.1 Introducción

En el siguiente apartado se van a analizar varios temas importantes referentes a la organización de la empresa. Se determinará la misión, visión y valores de Myplex, aspecto fundamental para cualquier compañía. Tras esto se expondrá la forma jurídica seleccionada y su proceso de constitución; y, finalmente, se comentará el proceso operativo y la localización de Myplex.

3.2 Misión, visión y valores

Toda empresa debe de tener claro cuál es su razón de existir y hacia donde quiere dirigirse con el paso del tiempo, por ello es vital definir la misión y la visión de cualquier proyecto empresarial. Gracias a estas definiciones se puede expresar con mayor facilidad que pilares son los que sustentan Myplex a clientes, trabajadores y, en definitiva, a cualquier stakeholder de la empresa.

- **Misión**

Ofrecer la oportunidad de vivir experiencias sorpresa de ocio junto a tu pareja o amigos que se conviertan en momentos especiales e inolvidables, donde la diversión y la espontaneidad sean referencia.

- **Visión**

Ser la plataforma referente a nivel nacional donde la gente busque y compre experiencias de ocio en pareja o con tu su grupo de amigos.

- **Valores**

La forma de actuar de Myplex es coherente con la misión, visión y valores que quiere transmitir a la gente. Se busca facilitar esas experiencias sorpresa de ocio a nuestros clientes para que se puedan convertir en momentos inolvidables para ellos, por eso los valores que guían a la empresa son los siguientes:

- Diversión: Un ambiente de trabajo divertido y en confianza es vital para la marca Myplex.
- Sorpresa: Myplex debe ser capaz de sorprender a todos sus clientes, ya que ese es su gran carácter diferenciador.
- Comodidad: Los clientes de Myplex no deben padecer para organizar bien un plan de ocio, simplemente hacer unos pocos clicks y disfrutar.
- Seguridad: El proceso de compra de Myplex es totalmente seguro y el plan de sus clientes siempre sale adelante.



- Trabajo en equipo: Todo éxito que Myplix pueda lograr se basa en un gran trabajo de equipo, el capital humano es lo más importante.
- Innovación en ocio: Myplix no debe conformarse nunca y seguir probando nuevas formas de disfrutar el ocio para renovarse continuamente.

3.3 Forma jurídica

Para un proyecto como el de Myplex, la forma jurídica más lógica, segura y económica es la constitución de una sociedad de responsabilidad limitada, donde habrá cinco socios con porcentajes equitativos de un 20% cada uno.

Se ha tomado esta decisión ya que constituir una sociedad de responsabilidad limitada cuenta con una serie de ventajas que para la situación actual del proyecto son beneficiosas para los 5 socios. En cuanto a la aportación económica para constituir la sociedad son necesarios poco más de 3.000 €, cantidad más que asequible para los socios y más si se tiene en cuenta que esta aportación constaría como capital social de Myplex, pudiéndose utilizar luego para cubrir gastos necesarios como pueden ser campañas de marketing.

Otro de los motivos para constituir una sociedad de responsabilidad limitada es la protección del patrimonio personal, es decir, cualquier duda que la empresa pudiese adquirir a lo largo de su actividad sería cubierta por el valor del patrimonio de la sociedad y no por el patrimonio individual de los socios fundadores. Por otro lado, teniendo en cuenta que Myplex es una startup que busca rondas de financiación para escalar más rápido el modelo de negocio, una característica ventajosa de este tipo de sociedad que tiene facilidad a la hora de incrementar el número de socios o el traspaso de participaciones por lo cual agiliza y facilita mucho la incorporación de inversores externos que inyecten capital líquido en la empresa.

Por último, otras ventajas que justifican la constitución de la sociedad de responsabilidad limitada es la facilidad de determinar las obligaciones y derechos de los socios, todo ellos a través de la realización de unos estatutos; o como la reducción del impuesto de sociedades durante los dos primeros años que se quedaría entre el 15% o el 20%, función de la facturación obtenida a final de año.

3.4 Proceso de constitución

Una vez se ha justificado la elección de la sociedad de responsabilidad limitada, se va a pasar a determinar los pasos necesarios para formalizar su constitución.

Lo primero de todo es comprobar y verificar que la denominación social que se quiera poner a la sociedad no esté ya registrada y, si esta libre, realizar el registro pertinente de la denominación en el Registro Mercantil Central.

Tras haber recibido el certificado de reserva de la denominación social, el siguiente paso sería abrir una cuenta bancaria común entre los socios donde se ingresaría el capital social con el que se vaya a escriturar la sociedad de responsabilidad limitada. Hecho esto, los socios deberán redactar los estatutos de la sociedad.

Teniendo lo anterior listo, se procedería a tramitar ante notario la firma de la escritura pública de la constitución. Para dicha escritura son necesarios los siguientes documentos:

- Estatutos de la sociedad.
- Justificante bancario del ingreso del capital social escriturado.
- Original de la certificación negativa del registro mercantil central.
- D.N.I. originales de los socios fundadores.

Firmada la escritura pública se deben realizar una serie de trámites como son la liquidación del impuesto sobre transmisiones patrimoniales, la solicitud y obtención del número de identificación fiscal, el alta en el impuesto de actividades económicas y la declaración censal.

Tras todos los pases anteriores se procedería a la inscripción de la sociedad en el registro mercantil, para la cual se necesitarán los siguientes documentos:

- Certificación negativa del registro mercantil central.
- Copia auténtica de la escritura de la sociedad.
- Justificante de la liquidación del impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.
- Copia del número de identificación fiscal.

Para concluir con el procedimiento y una vez esta lista la inscripción de la sociedad en el registro mercantil, se solicitará el cambio del número de identificación fiscal provisional por el definitivo.

3.5 Plan de operaciones

Myplix canaliza su actividad a través de una plataforma online donde permite a los clientes disfrutar de un plan sorpresa de ocio, que una serie de proveedores facilita a la empresa.

El proceso que los clientes deben seguir para realizar la compra de su plan sorpresa en la web es el siguiente:

1. Seleccionar el número de personas y el día en el que quieren realizar el plan (la selección de fecha debe tener mínimo 5 días de antelación).
2. Seleccionar 5 actividades de entre las 42 presentes. Una de estas actividades será la que les toque a los clientes pero no sabrán cual hasta el mismo día del plan.
3. Seleccionar un tipo de comida de entre los que se ofrecen: Mediterráneo, Hindú, Asiático, Marroquí, Argentino...
4. Seleccionar la franja horaria en la que se quiere realizar el plan:
 - Actividad + comida.
 - Comida + actividad.
 - Actividad + cena.
5. Rellenar los datos personales (nombre, apellidos, correo y teléfono) y realizar el pago a través de la plataforma de pago con su tarjeta de crédito/débito.

Tras completar el cliente el proceso de compra y mandar al cliente el correo de confirmación de pago, viene la parte operativa del equipo Myplix para la preparación del plan sorpresa.

Tras haber efectuado el pago el cliente, el equipo Myplix analiza la solicitud de plan que ha realizado el cliente. Primero se pone en contacto con el proveedor de servicios de la actividad de ocio que se haya seleccionado (generalmente la que mayor margen reporta, siempre y cuando no haya sido la actividad del último plan) para consultar la disponibilidad en la fecha y franja horaria seleccionada. Este proceso se repite hasta obtener disponibilidad y reservar.

Una vez cerrada la actividad, se contacta con los restaurantes de la tipología seleccionada por el cliente para consultar disponibilidad. El criterio de selección del restaurante viene marcado por el margen que



reporta dicho restaurante, la cercanía con la actividad y la puntuación tripadvisor. Este proceso se repite hasta obtener disponibilidad y reservar.

Una vez el plan sorpresa entero este definido y reservado, Myplix enviará un correo 24 horas antes de la fecha del plan, donde especificará las localizaciones donde los clientes deben ir y si deben llevar algún tipo de ropa en particular.

Por último, tras haber realizado el plan sorpresa, los clientes recibirán un correo para que puedan dar su valoración y opinión sobre el plan. Cabe destacar que los clientes cuentan con un número de atención al cliente al que pueden llamar o whatsappear para cualquier duda o problema.



3.6 Localización

La localización de Myplix estará situada en La Marina de València, Muelle de la Aduana s/n, Edificio Lanzadera, 46024 Valencia.

Esto es así, ya que Myplix forma parte del programa Fase 0 en Lanzadera y posteriormente del programa Campus, donde además de un espacio coworking gratuito también se cuenta con financiación a coste cero por parte de Lanzadera y mentorización por parte del equipo de directores de proyectos del programa.

Tras el análisis de este apartado, se observa que la organización de Myplix tiene su misión clara y centra sus pilares en los valores que defiende. Cuenta con una forma jurídica y un organigrama sólidos y claramente definidos y plantea un modelo de operaciones sistemático y lo más ágil, cómodo y sencillo posible para el cliente.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



4. Plan de recursos humanos

4.1 Introducción

Para poder obtener una estrategia de recursos humanos lo más óptima y coherente posible se va a marcar una serie de procesos, los cuales pasan desde la captación de nuevos talentos para el equipo hasta las diferentes formas de comunicación que se van a poner en práctica en el ámbito de trabajo de Myplix.

Los procesos nombrados anteriormente son los siguientes:

- **Captación de talento:** a pesar de contar con un equipo de 5 personas, siguiendo la previsión de crecimiento que se tiene para la empresa los próximos años, Myplix necesitará reclutar nuevo talento para seguir desarrollando su proyecto con éxito. Para la captación de este nuevo talento se hará uso de plataformas online como LinkedIn e Infojobs, donde se publicarán ofertas de empleo con los perfiles necesarios para la empresa, así como las condiciones y requerimientos del puesto. Tras haber obtenido una bolsa de candidatos y haber analizado sus perfiles, se citaría a los seleccionados a una dinámica de grupo y posteriormente a una entrevista personal para poder comentar aspectos más individuales de su situación personal y laboral. Para la selección final será vital que el candidato comparta y fomente los valores de Myplix, así como demuestre conocimientos suficientes para el puesto y, sobretodo, una gran actitud para afrontar retos y realizar un trabajo profesional.
- **Bienvenida y formación:** cada vez que haya una nueva incorporación en el equipo de Myplix se realizará un protocolo de recepción y formación igual para todos.

El protocolo durará la primera semana de trabajo y comenzará con una reunión matinal el primer día, donde la persona que se incorpore se presentará al resto del equipo compartiendo sus hobbies, gustos y lo que espera obtener de la experiencia de trabajar en Myplix. El resto del equipo hará lo mismo.

Tras las presentaciones, el nuevo miembro tendrá una reunión con el CEO y/o responsable directo donde se le explicará las funciones que tendrá, así como los objetivos y canales de comunicación que tiene.

Para completar el protocolo, a lo largo de la semana el nuevo compañero irá pasando por los diferentes departamentos existentes de la empresa donde los responsables de cada área le explicaran las funciones y objetivos que tienen para que este tenga un mayor entendimiento del proyecto y pueda ayudarle a incorporarse con mayor facilidad y rapidez.

Por último comentar que si fuese necesario y útil para la consecución de los objetivos o para la puesta en marcha de alguna estrategia en particular.

- **Método de evaluación y seguimiento:** para el crecimiento de la empresa y una buena coherencia entre las acciones y los resultados obtenidos de cada miembro del equipo se necesita determinar unos objetivos claros desde un primer momento, además de realizar un control para ver si se están cumpliendo o por si se deben reformular al no cumplirse.

Para ello se marcará dos tipos de objetivos por departamento, unos mensuales y otros semestrales, con esto se busca marcar unas metas a corto plazo y otras a medio plazo que sean consecuencia del conjuntos de hitos conseguidos cada mes.

Teniendo determinados los objetivos se debe marcar una rutina de control para ir verificando que las acciones realizadas están siendo efectivas para alcanzar dichos objetivos. La política de control/seguimiento constará de reuniones semanales donde todos los lunes se expondrá un resumen de las acciones realizadas la semana anterior y la previsión de la presente semana.

Por otro lado también se harán reuniones departamentales de manera bisemanal y una reunión cada último viernes de cada mes donde se presentarán informes de las acciones y de los resultados obtenidos del mes.

- **Herramientas de comunicación:** para que exista una comunicación entre el equipo lo más eficiente posible se va a utilizar una serie de herramientas de comunicación que lo hagan posible.



Las herramientas son las siguientes:

- Google Drive: con esta herramienta de crear varias carpetas de trabajo compartidas separadas por departamentos de la empresa y será un espacio común donde poder almacenar todo tipo de documentos referentes a la evolución de la empresa, pudiendo utilizarlos cualquier miembro del equipo.
- Trello: esta herramienta será de mucha ayuda para la organización personal de los miembros del equipo y así poder llevar un mayor seguimiento y control de las acciones que se van a llevar a cabo. El programa clasifica la tareas que tienes pendientes de hacer con las que estas realizando en estos momentos y con las que ya has realizado. Además es muy útil ya que se puede otorgar tareas a otros compañeros.
- Google Hangouts: para poder mantener conversaciones entre los miembros del equipo o para realizar videollamadas se utilizará esta herramienta de Google.

Además de esta serie de herramientas informáticas para mejorar la comunicación, se fijarán de manera diaria reuniones a primera hora de la mañana que durarán entre 10-15 minutos donde los distintos miembros comentarán que tienen previsto hacer a lo largo del día.

4.2 Perfiles del equipo Myplix

A continuación se van a desarrollar los perfiles que, tanto actualmente como en un futuro, son necesarios para llevar a cabo la actividad de Myplix. El desarrollo de los perfiles es positivo ya que permite visualizar con mayor facilidad el capital humano necesario y que características debe tener.

Los perfiles son los siguientes:

- Chief Executive Officer (CEO)

Miembro con mayor grado de responsabilidad en toda la empresa y con mayor jerarquía. Es el líder del proyecto organizando a todo el equipo y marcando las estrategias a seguir.

Las principales funciones que este tiene son:

- Liderar, coordinar y evaluar al equipo Myplix.
- Diseñar y poner en marcha estrategias a largo plazo para las diferentes áreas de la empresa con un fin común.
- Ser la imagen y referente de Myplix tanto dentro como fuera de la empresa, así como para sus stakeholders.
- Buscar y encontrar financiación para la actividad de Myplix.

En cuanto al perfil requerido para este puesto se necesitaría a una persona con el grado/licenciatura en ADE que cuente con varios años de experiencia al frente de una compañía y sepa como liderar y motivar a un equipo para alcanzar los objetivos deseados. También sería valorable que contase con un master MBA o liderazgo y gestión de equipos, además de tener un buen nivel de inglés.

Por último, en cuanto a actitudes se refiere, el CEO debería ser una persona con alta capacidad comunicativa y de negociación, que sepa empatizar con las personas y que tenga una actitud entusiasta y proactiva que le permita motivar y dirigir un equipo de trabajo.

- Chief Marketing Officer (CMO)

Persona responsable de la dirección y estrategias del departamento de marketing.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Coordinación y evaluación del equipo de marketing.
- Análisis, diseño y control de las estrategias de marketing.
- Elaboración de campañas offline.
- Elaboración de campañas online.

El perfil académico del responsable de marketing sería de un graduado en marketing y publicidad y/o un titulado en diseño que cuente con experiencia en desarrollo de campañas de marketing, preferiblemente en el campo online donde se llevarán a cabo la mayoría de estrategias de la empresa.

Por otro lado, el CMO debería ser una persona muy creativa con grandes habilidades sociales y alta capacidad comunicativa, además de manejarse con bastante facilidad con las redes sociales.

- Chief Financial Officer (CFO)

Responsable de la empresa encargado de la planificación financiera y control contable de la misma.

Sus principales tareas son las siguientes:

- Análisis, diseño y control de las estrategias financieras.
- Elaboración y control de los presupuestos departamentales.
- Realización de la contabilidad y auditoría interna.
- Gestión y control del efectivo.

El perfil necesario para este responsable es el de un graduado en finanzas y contabilidad o ADE con experiencia en empresas auditoras o empresas donde haya trabajado como controlador financiero. También se valorará experiencia con cartera de acciones.

Dicho CFO debe ser una persona con gran capacidad de la organización, así como una persona seria y meticulosa con el trabajo que realiza.

- Chief Technology Officer (CTO)

Es la persona responsable de toda la parte técnica y tecnológica de la empresa.

Sus principales funciones son estas:

- Elaboración y mantenimiento de la página web.
- Elaboración y mantenimiento de la aplicación móvil.
- Gestión y mantenimiento de la plataforma de cobro.

El CTO debe contar con un perfil técnico, más específicamente con un título superior en informática, telecomunicaciones o ingeniería electrónica. También será requisito que cuente con experiencia como programador en otras empresas.

En cuanto a competencias, el responsable tecnológico debe ser una persona con gran capacidad de organización y debe de ser una persona muy proactiva.

- Chief Operations Officer (COO)

Es el responsable de las operaciones diarias necesarias para el correcto funcionamiento del servicio.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Diseño y control de las operaciones logísticas de la empresa.
- Diseño de la estrategia de zonas para actividades y restaurantes.
- Análisis de los procesos utilizados para optimizarlos de manera continua.

El perfil académico de este puesto debe ser el de un graduado en informática o en ADE con especialización en logística. Será de mucho valor que cuente con experiencia laboral en el área de operaciones y logística, preferiblemente en startups.

La persona responsable de operaciones debe ser alguien con alta capacidad resolutoria y que no se poca nervioso con cambios muy continuos. También debe tener una alta capacidad organizativa y visión global del negocio.

- Chief Commercial Officer (CCO)

Es la persona responsable de la estrategia de ventas y proveedores de la empresa.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Diseñar y poner en marcha la estrategia de ventas a seguir.
- Crear, gestionar y controlar las relaciones con proveedores.
- Elaborar el plan estratégico de comisiones por proveedor.

El CCO es recomendable que sea un graduado en ADE o marketing y dirección comercial con experiencia como comercial en empresas del sector y cuente con relaciones con antiguos clientes que se puedan utilizar para el crecimiento de Myplex.

El responsable de ventas de la compañía debe ser una persona extrovertida que este acostumbrada a tratar con terceros y que tenga una alta capacidad comunicativa y de negociación.

- Chief Happiness Officer (CHO)

Persona responsabilizada de la captación, gestión y control de los recursos humanos de la empresa.

Sus principales funciones son estas:

- Diseñar la estrategia de captación de talento.
- Gestionar los procesos de formación de los empleados.
- Diseñar la política de salarios e incentivos.
- Gestionar, promover y controlar la felicidad de los empleados para mejorar su rendimiento.

Para este puesto se requerirá de un persona que cuente con un grado en recursos humanos y relaciones laboral o un grado en ADE con master en RRHH. Es muy importante también que comparta las nuevas tendencias y enfoques de la gestión de la felicidad como pilar imprescindible en los RRHH de las empresas.

El CHO de la empresa debe ser una persona extrovertida y humilde con un gran trato hacia las personas y una alta capacidad comunicativa y motivadora. Además debe ser una persona alegre y positiva que incentive al buen rollo y la confianza entre los miembros del equipo Myplex.

- Brand Manager

Es la persona responsable de la gestión de la marca e imagen empresarial de Myplex.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Analizar el comportamiento del consumidor.
- Diseñar una marca acorde con los valores de la empresa.
- Diseñar estrategias de posicionamiento en el mercado de la marca.
- Estudio y control de la percepción del cliente y stakeholders frente a nuestra marca.

El perfil recomendable para este puesto de trabajo es el de una persona graduada en marketing y/o bellas artes con experiencia y/o master en branding empresarial.

Un buen brand manager debe ser muy creativo y con una capacidad social muy alta para poder entender y analizar con facilidad el comportamiento del cliente. También debe ser un buen comunicador.

- Business Development Manager (BDM)

Es la persona responsable de buscar y encontrar nuevas formas de obtener ingresos en la empresa.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Análisis continuo del mercado y sus nuevas tendencias.
- Búsqueda de nuevos mercados potenciales.
- Análisis y desarrollo de nuevos servicios.
- Desarrollar estrategias de partnership con empresas.

Para un puesto como este un buen perfil sería el de un graduado en negocios internacionales, ADE o economía, pero lo más importante es que contase con conocimiento y contactos en el mercado de actuación, así como en futuros posibles.

La persona que ocupe este puesto debe tener una gran capacidad analítica así como resolutiva. Además de esto, la búsqueda y diseño de nuevas vías de ingresos es una tarea que requiere de una alta creatividad.



Cabe destacar que la incorporación de los perfiles, que anteriormente se han desarrollado y aun no se tienen, se irá realizando de manera progresiva en función de la necesidad que se tenga de ellos en un plazo de 1 a 3 años y teniendo en cuenta el crecimiento que la empresa pueda alcanzar en ese período.

4.3 Política salarial

Una vez se han descrito los perfiles del organigrama de la empresa, se va a pasar a determinar la política salarial que Myplex llevará a cabo a lo largo de su período inicial.

La propuesta que se realiza para estructura salarial de la empresa es que el CEO de la empresa sea el administrador único de la sociedad y por lo tanto se dé de alta como autónomo, quedando el resto de socios como trabajadores asalariados.

Los salarios fijados para cada puesto de trabajo vendrá determinado por el convenio colectivo de oficinas y despachos vigente en el ámbito valenciano. El número de convenio nombrado anteriormente es el siguiente: 4600805 / 46000805011981.

Con motivo de una reducción de gastos para los primeros años los contratos que se utilizaran para los asalariados, excepto el CEO, serán contratos de prácticas. Estos contratos cuentan con la posibilidad de poder de pagar el 60% del salario marcado en el convenio colectivo para un puesto durante el primer año y un 75% durante el segundo año.

Para poder utilizar este tipo de contrato se requiere del cumplimiento de una serie de condiciones que se numeran a continuación:

- Se podrá realizar este tipo de contrato en los cinco años inmediatos a la terminación de la titulación correspondiente.
- Las titulaciones válidas para este contrato son títulos universitarios, títulos de grado medio y superior de forma profesional y títulos que equivalentes y reconocidos por el sistema educativo a los anteriormente nombrados.
- El puesto de trabajo que el empleado cubra deberá de estar directamente relacionado con los estudios que haya realizado.
- El contrato no podrá tener una duración inferior a los seis meses y tampoco superar los dos años. No obstante, existe la posibilidad de aumentar el periodo de dos años con un prorroga.

Dado que, excepto el CEO, el resto del equipo de Myplix cumple dichas condiciones, los salarios brutos anuales durante el primer año, incluyendo pagas extraordinarias, de los actuales 5 socios serían los siguientes:

- CEO → 22.871 €/año.
- CMO → 13.722 €/año.
- CTO → 13.722 €/año.
- Brand Manager → 13.722 €/año.
- BDM → 13.722 €/año.

Durante el segundo año, el salario del CEO se mantendrá igual y el del CMO, CTO, BDM y Brand Manager aumentará hasta el 75% de lo marcado en el convenio colectivo al que la empresa está adscrita, lo cual ascendería a un salario bruto de 17.153. €/año.

El resto de perfiles que se han descrito anteriormente tendrán las mismas condiciones que los asalariados actuales, entrando a la empresa con un contrato de prácticas donde el primer año cobrarían el 60% del salario marcado en el convenio colectivo y en el segundo un 75%.

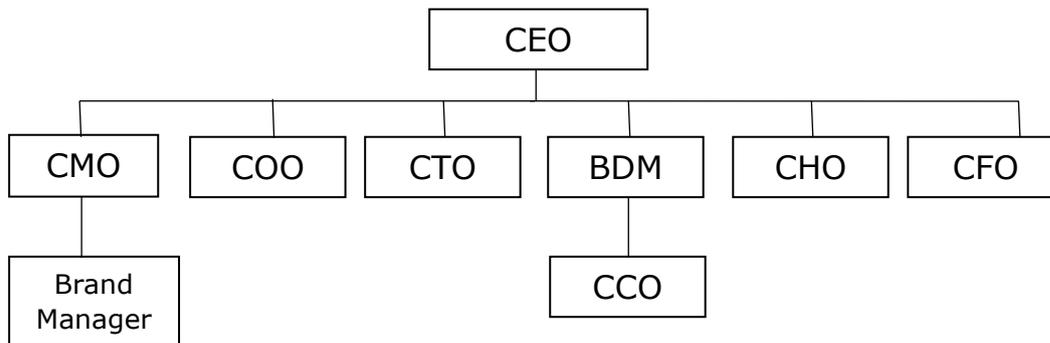
A estos salarios habrá que añadir el coste de seguridad social para la empresa, que para el caso de los trabajadores asalariados (todos excepto el CEO) asciende, aproximadamente al 30% del salario, incluidas las pagas extraordinarias.

Estas cantidades ascenderían el primer año a 16.466,4 € y el segundo año a 20.583,9 €.

4.4 Organigrama

A modo de resumen se incluye un esquema del organigrama de la empresa que recoge todos los aspectos tratados en los apartados anteriores.

Imagen 4.1. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

A día de hoy Myplex cuenta con un equipo de 5 personas que son las que se encuentran desarrollando el negocio, así como las estrategias a seguir para posicionar la marca en el mercado y optimizar los procesos para obtener un margen de beneficios rentable.

El equipo actual consta de las siguientes personas:

- Vicente Ribes (CEO): titulado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat de València (UV) y master por EDEM en Emprendimiento y Liderazgo. Cuenta con experiencia como gerente de tres empresas en el sector de las telecomunicaciones donde ha dirigido a equipos amplios y multidisciplinares.
- Alicia Herrera (Brand Manager): titulada en Bellas Artes por la Universitat Politècnica de València (UPV) y master por la UPV en Tecnologías Interactivas y Fabricación Digital. Cuenta con experiencia en empresas como diseñadora de contenido digital e imagen.



- Ricardo Cabello (CTO): titulado en Ingeniería Eléctrica por la Universitat Politècnica de València y master por la UPV en Tecnologías Interactivas y Fabricación Digital. Cuenta con experiencia en startups como CASFID donde ha trabajado como programador web.
- Iván Sanchis (CMO): titulado en Ingeniería de Diseño Industrial por la Universitat Politècnica de València y master por la UPV en Tecnologías Interactivas y Fabricación Digital. Cuenta con experiencia en el ámbito del marketing trabajando para empresas como Termigo Microclimas y Energy System.
- Rafael González (BDM): titulado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Politècnica de València y master por EDEM en Emprendimiento y Liderazgo. Cuenta con experiencia en campo comercial y de la logística trabajando como Logistics Admin para Cabify.

Las funciones del resto de perfiles que se encuentran en el organigrama, que todavía no están cubiertos, serán asumidas por los miembros del equipo actual ya que gracias al contar con un equipo multidisciplinar tienen la suficiente capacidad para desarrollarlas hasta que el proyecto crezca lo necesario para incorporar todos los perfiles marcados.



5. Plan de marketing



5.1 Introducción

Como cualquier otra empresa para su buen desarrollo, es imprescindible que se cuente con un buen plan de marketing que le permita darse a conocer a su público objetivo para así poder posicionarse en el mercado y obtener un nivel de ventas lo suficientemente grande para hacer la empresa sostenible en el tiempo.

Por todo ello, en este apartado se detallarán una serie de objetivos que se buscan conseguir con dicho plan de marketing, así como las acciones y el presupuesto necesario para alcanzarlos.

5.2 Objetivos del Plan de Marketing

Para poder determinar bien el plan de acciones, así como el presupuesto necesario para llevarlo a cabo, se van a marcar una serie de objetivos que servirán de guía para la estrategia de marketing que se va a seguir a lo largo del primer año que el proyecto este activo.

Cabe destacar que las cifras de los objetivos marcadas a continuación han sido determinadas gracias al apoyo de los directores de proyecto con los que Myplex cuenta en Lanzadera.

Los objetivos serán los siguientes:

- **Captación de los primeros clientes.**
 - Conseguir 1.800 clientes en el primer año.

- **Posicionamiento de la marca a nivel provincial.** Dado que a día de hoy contamos con una marca poco conocida en la provincia de Valencia, es necesario alcanzar una alta repercusión de nuestra marca para poder llegar a un mayor número de potenciales clientes y, por lo tanto, a obtener un mayor número de ingresos.
 - Conseguir 20.000 visitas en la página web.
 - Conseguir 7.000 seguidores en Facebook.
 - Conseguir 30.000 seguidores en Instagram.

- **Aumento del flujo de ingresos.** Obviamente un objetivo y a la vez consecuencia de las acciones del plan de marketing es el aumento de los ingresos. La intención de este aumento es que sea lo suficiente grande como para asumir la totalidad de los gastos, así como para obtener los primeros beneficios estables de la empresa.
 - Organizar planes para una media de 37 personas cada fin de semana.
 - Ingresos totales superiores a gastos totales.



Una vez se han establecido los objetivos, se debe determinar el público objetivo (target) y mercado al que la empresa se va a dirigir para así orientar las acciones y objetivos del plan de marketing.

Dado que uno de los objetivos es posicionar notablemente la marca Myplix en la provincia de Valencia, queda claro que el mercado de actuación de la empresa será dicha provincia. No obstante, cabe destacar que este mercado es a corto plazo ya que la previsión es actuar en el mercado nacional a partir del segundo año.

Por lo tanto y para concretar, nuestro público objetivo a corto plazo son parejas y grupos de amigos entre 25-40 años residentes en Valencia con un poder adquisitivo medio-alto.

Para finalizar, se busca posicionar la marca Myplix en el mercado como una plataforma online donde se pueden conseguir, de forma segura, planes de ocio sorpresa divertidos, de calidad e inolvidables.

5.3 Estrategia de Marketing

Tras haber marcado los objetivos que se quieren alcanzar con el plan de marketing, ahora es momento de determinar las estrategias que se van a diseñar y llevar a cabo para cumplirlos.

Las estrategias a seguir son las siguientes:

- Captación de los primeros clientes

Se debe realizar una publicidad coherente en cuanto a los valores que Myplix representa para que el cliente comparta lo que nosotros buscamos transmitir y así poder dar el mejor servicio posible para cada cliente, que le haga pagar y repetir por nuestro servicio.

- Posicionamiento de la marca a nivel provincial

Desarrollar campañas publicitarias en medios online como son Facebook e Instagram, donde se dé a conocer nuestra web y las diferentes promociones y sorteos que hacemos. Además de esto también se van a realizar entrevistas para medios de comunicación como el periódico Valencia Plaza y campañas offline.

- Aumento del flujo de ingresos

Mantener una política financiera estable y controlada que permita hacer inversiones en acciones de marketing y otras requeridas para obtener un aumento considerable de la facturación por planes sorpresa de ocio vendidos cada semana.

5.4 Plan de acción

Para determinar con mayor claridad la serie de acciones que se van a llevar a cabo para la consecución de los objetivos del plan de marketing, se ha desarrollado un tabla donde se enumerarán todas las acciones a realizar con su fecha de inicio y fin, así como el coste que tendrían.

La tabla es la siguiente:

Tabla 5.1. Acciones Marketing

Acciones	Comienzo	Fin	Coste (€)
<i>Captación primeros clientes</i>			<i>Obtener 1800 clientes</i>
Crear web	15/04/17	Indefinido	80€
Sorteo en Instagram	15/05/17	30/05/17	56€
Campaña con 4 influencers	01/06/17	30/06/17	0€
Caja personalizada	01/06/17	Indefinido	4€*venta
Campaña offline en el centro de VLC	15/09/17	15/10/17	3,5€*venta
Email post-venta	15/04/17	Indefinido	0€
Registro newsletter	15/05/17	30/06/17	5*venta
Abrir blog	01/06/17	Indefinido	0€
Entrada semanal en el blog	01/06/17	Indefinido	0€
<i>Posicionamiento de la marca</i>			<i>20.000 visitas web</i>
Logotipo	01/04/17	Indefinido	134€
Abrir cuenta de Twitter	01/04/17	Indefinido	0€
Abrir cuenta de LinkedIn	01/07/17	Indefinido	0€
Publicidad SEO	15/05/17	Indefinido	25€
Publicidad SEM	15/05/17	Indefinido	25€
Nota de prensa	05/06/17	Indefinido	0€
Video promocional	01/06/17	Indefinido	50€



			<i>7.000 seg. Facebook</i>
Abrir cuenta de Facebook	01/04/17	Indefinido	0€
Publicar diariamente	01/04/17	Indefinido	0€
Seguir a grupos de interés	01/04/17	Indefinido	0€
Publicidad en Facebook	01/05/17	15/05/17	98€
			<i>30.000 seg. Instagram</i>
Abrir cuenta de Instagram	01/04/17	Indefinido	0€
Publicar diariamente	01/04/17	Indefinido	0€
Seguir a grupos de interés	01/04/17	Indefinido	0€
Publicidad en Instagram	01/05/17	15/05/17	98€
<i>Aumento flujo de ingresos</i>			<i>Beneficio positivo</i>
Excel financiero de control	15/04/17	Indefinido	0€

Fuente: Elaboración propia

5.5 Presupuesto

Para marcar el presupuesto que se va a emplear en el plan de marketing a corto plazo, se va detallar en una tabla todos los gastos previstos hasta la fecha:

Tabla 5.2. Presupuesto acciones marketing

Acciones	Meses			
	Abril	Mayo	Junio	Septiembre
Crear web	80€			
Sorteo Instagram		56€		
Caja personalizada			4€*venta	
Campaña offline en el centro de VLC				3,5€*venta
Registro newsletter		5*venta		
Logotipo	134€			
Publicidad SEO		25€		
Publicidad SEM		25€		
Video promocional			50€	
Publicidad Facebook		98€		
Publicidad Instagram		98€		
Total	214€	302€ + 5€*venta	50€ + 4€*venta	3,5€*venta

Fuente: Elaboración propia

Analizando la tabla, se observa que el presupuesto fijo de marketing previsto es de **566 €** y un presupuesto variable que se prevé que oscile entre los **500 y 1.000 €**, lo que hace un presupuesto general en marketing de **566-1566 €** en los próximos mes.

A partir de septiembre se dotará de una partida de gastos varios para marketing de **50-100€** al mes. Si fuese necesario por cualquier circunstancia el presupuesto o las acciones a llevar a cabo se replantearían para optimizar la inversión todo lo posible que pudiese ser.

5.6 Control y seguimiento

Para finalizar con el plan de marketing propuesto, se van a marcar los procesos de control y seguimiento que se van a llevar a cabo para revisar que las acciones previstas se cumplan en el tiempo marcado y que obtenga los resultados esperados según la inversión que se ha realizado en ellas.

Los procesos son los siguientes:

- **Análisis de Social Media y Web.**

De forma semanal se analizará a través de herramientas, como Google Analytics o las propias de Facebook e Instagram, el número de visitas e interacciones en la web, así como el alcance y repercusión de las publicaciones en las redes sociales.

- **Gestión diaria de Redes Sociales.**

Diariamente se controlará y analizará los comentarios e interacciones de los usuarios en las redes sociales, tomando las acciones pertinentes para cada situación.

- **Controles de Calidad.**

Tras cada prestación de nuestro servicio se enviará un correo al cliente para que puede darnos su feedback y poder así controlar la calidad y mejorar el servicio con los comentarios del usuario.

- **Tasa de reconversión.**

Semanalmente se hará un análisis del número de visitas que se han tenido en la web en comparación al número de planes vendidos en esa misma semana, para obtener el porcentaje de usuarios que finalmente compran.

A modo de conclusión, el plan de marketing presenta un plan de acciones orientado a una estrategia de inserción en el mercado por parte de Myplex. La prioridad para la empresa es posicionarse en el mercado valenciano captando el mayor número de clientes durante el primero y produciendo flujos de ingresos positivos para su crecimiento.

Esta estrategia cuenta con una partida de gastos planificada y diseñada acorde con los objetivos, donde además se efectuará un control en los resultados y variaciones de dicha estrategia.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



6. Plan económico-financiero



6.1 Introducción

En este punto del trabajo se va a llevar a cabo un análisis de la viabilidad económica del proyecto, así como de la previsión y evolución en el número de venta a corto plazo.

Para obtener una visión más amplia de dicho análisis, se plantearán tres escenarios: optimista, realista y pesimista.

6.2 Inversión y financiación

En este apartado se van a plantear las necesidades de financiación que tiene Myplex, así como los posibles escenarios con los que la empresa se puede encontrar en su previsión de ventas, gastos y beneficios.

- **Inversión inicial**

A día de hoy Myplex está en una etapa inicial de su desarrollo, llevando desde el mes de Abril operativa. En marzo se entró en el programa Fase 0 de la aceleradora de empresas Lanzadera, donde el proyecto se encuentra en fase de incubación hasta el mes de Julio donde se pasará al siguiente programa de Lanzadera llamado Campus. En este último programa ya se contará con inversión para comenzar a acelerar la empresa con mayor velocidad y facilidad.

Una vez comentado esto, la inversión inicial necesaria en el proyecto no es muy alta. Esto es así ya que al encontrarse el proyecto dentro de Lanzadera, se cuentan con instalaciones y material de oficina de forma gratuita, lo que hace que se reduzca mucho los gastos iniciales. Hasta la fecha las únicas inversiones que se han realizado son aquellas relacionadas con el desarrollo de la web, el logotipo y las acciones de marketing puestas en marcha hasta el momento. Esta inversión realizada por los socios asciende a 516 €, todos ellos destinados a inmovilizado intangible de la empresa.

Las futuras inversiones que se van a realizar en los próximos, mayoritariamente en acciones de marketing, se esperan que sean cubiertas por la financiación que se va a recibir por parte de Lanzadera a partir de Julio, donde se dotará de 600 € al mes. Además de esto, todos los gastos referentes a la constitución de la empresa también serán cubiertos por la aceleradora de empresas Lanzadera.

A parte de por estar en Lanzadera, esta inversión inicial es reducida por el tipo de negocio que es Myplex. Al ser una empresa intermediaria de servicios no requiere de ningún stock o materia prima, cosa que permite reducir mucho la inversión inicial de un proyecto.

- **Escenarios de financiación**

Tras explicar la inversión inicial del proyecto se va a pasar a desarrollar los posibles escenarios de financiación que la empresa irá obteniendo en función de los progresos que vaya realizando. Dado que dichos progresos son inciertos, para un mejor planteamiento se van a desarrollar tres escenarios posibles: optimista, realista y pesimista.

- ❖ Escenario optimista:

Este escenario es el que se presenta como más beneficioso para el desarrollo de la empresa ya que desde un momento inicial Myplex es recibida por el consumidor de muy buenas manera, obteniendo un alto nivel de ventas.

Por otro lado y como es habitual en una startup, Myplex buscará financiación externa que provenga de un Business Angel o algún fondo de inversión. En este escenario, durante el primer año de vida de la empresa se obtiene una financiación externa, a través de rondas de inversión, por importe de 200.000 €. Durante el segundo año recibirá 500.000 € y en el tercero 1.000.000. Estas rondas permitirán escalar el proyecto con mayor rapidez y seguridad.

- ❖ Escenario realista:

Dicho escenario es el esperado que se parezca más a la realidad a corto plazo de la empresa. En esta ocasión la demanda de los consumidores no es tan positiva como en el escenario optimista pero sigue siendo una demanda adecuada que permite obtener, durante el primer año, un préstamo a fondo perdido y sin coste ni intereses por parte de Lanzadera de unos 50.000 €.

Con un crecimiento continuado y buenos resultados, entre el segundo y tercer año, Myplex conseguiría financiación externa por un valor de 300.000 €.



❖ Escenario pesimista:

Este último escenario es el que se plantea como menos favorable de todos. En este caso el nivel de ventas no es tan positivo como en los casos anteriores e imposibilita el acceso a crédito de Lanzadera durante el primer año, incurriendo en pérdidas durante los primeros ejercicios.

Si se consigue mantener una progresión creciente de las ventas durante los siguientes años se remontará la situación inicial negativa y se mejorará la rentabilidad y las opciones de obtener financiación externa.

6.3 Previsión de ventas

Debido a que no se cuenta con una demanda de años anteriores para poder realizar una previsión con datos certeros de la actividad, se han tomado en cuenta datos del alcance y conversión de usuarios de la primera campaña en redes sociales que Myplix ha lanzado. Con estos datos se busca desarrollar un previsión coherente con la percepción y recepción que los clientes han mostrado con la primera campaña de publicidad y que debe de arrojar conclusiones y resultados alineados con la evolución que se prevé obtener en el corto plazo.

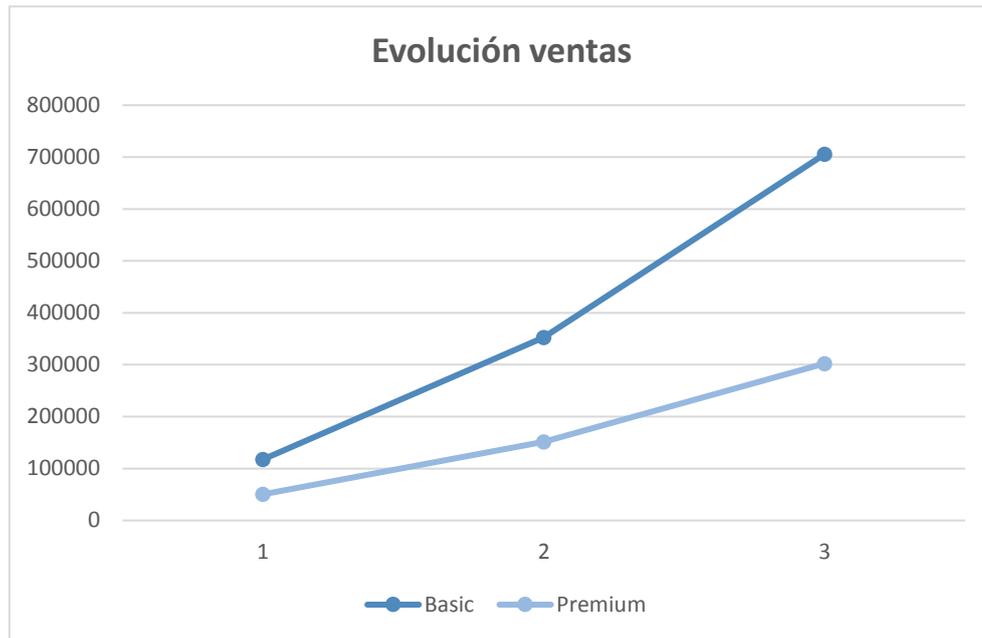
Para facilitar la previsión de ventas, se ha planteado esta desde tres escenarios diferentes.

- Escenario optimista:

Como se ha comentado, en este supuesto los usuarios reciben de una forma muy positiva el servicio y fácilmente se alcanza un alto número de ventas, dejando unos altos niveles de ingresos.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, del primer al segundo año se alcanza un aumento del 300% en el nivel de ventas y del segundo al tercer año un incremento del 200%.

Figura 6.1. Evolución ventas optimista



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1. Progresión ventas optimista

Ventas	1º Año	2º Año	3º Año
Basic	117.600 €	352.800 €	705.600 €
Premium	50.400 €	151.200 €	302.400 €
Total	168.000€	504.000 €	1.008.000 €

Fuente: Elaboración propia

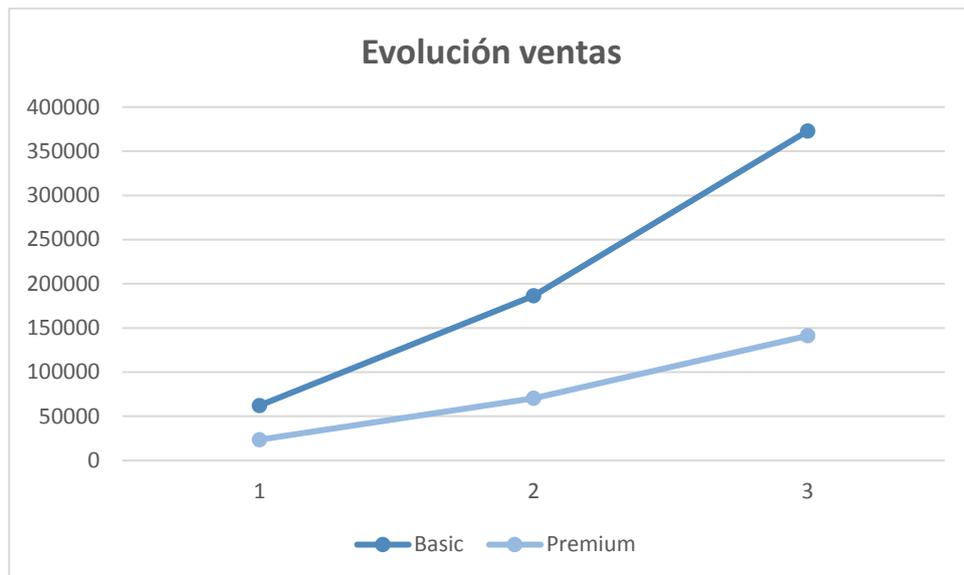
Para tener una visión más detallada de la evolución de los ingresos por ventas se ha decidido diferenciar entre ventas del servicio basic (35 €) y ventas del servicio premium (70 €). Como se aprecia en la siguiente tabla, el volumen de ventas de basic es mucho mayor al premium, ya que se realizan muchas más compras de este debido a su precio más asequible. No obstante, ambos servicios experimentan buenos niveles de crecimiento.

- Escenario realista:

En este escenario la demanda del servicio sigue siendo buena pero no tan positiva como en el supuesto optimista donde se obtenían un volumen de ventas mayor al dado en este escenario. Los porcentajes de crecimiento entre los años son equitativos al escenario anteriormente planteados, no obstante, el volumen de ventas realista es menor.

Esto se puede apreciar en el gráfico y la tabla que se presentan a continuación:

Figura 6.2. Evolución ventas realista



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.2. Progresión ventas realista

Ventas	1º Año	2º Año	3º Año
Basic	62.160 €	186.480 €	372.960 €
Premium	23.520 €	70.560 €	141.120 €
Total	85.680 €	257.040 €	514.080 €

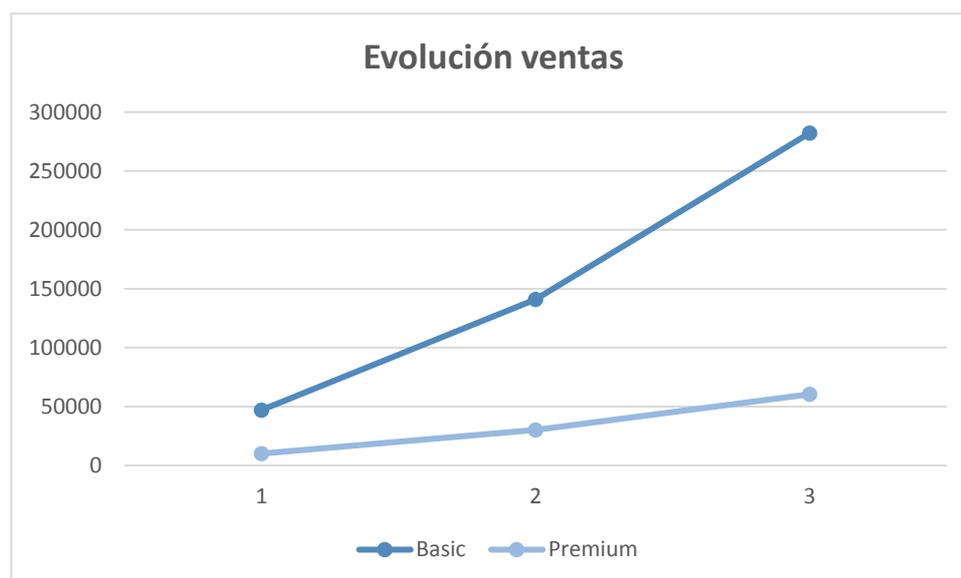
Fuente: Elaboración propia

- Escenario pesimista:

Para este último escenario, la aceptación y promoción del servicio no se recibe igual de bien por los consumidores como en los escenarios anteriores y, como consecuencia, la previsión de las ventas no es tan buena. El volumen de las ventas esperadas en este caso pesimista es menor que en el caso realista y notablemente menor al caso optimista, donde la previsión de ventas del primer es superior a la esperada en el segundo caso de este escenario.

Esto se puede apreciar en el gráfico y la tabla que se presentan a continuación:

Figura 6.3. Evolución ventas pesimista



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.3. Progresión ventas pesimista

Ventas	1º Año	2º Año	3º Año
Basic	47.040 €	141.120 €	282.240 €
Premium	10.080 €	30.240 €	60.480 €
Total	57.120 €	171.360 €	342.720 €

Fuente: Elaboración propia

6.4 Previsión de gastos

Una vez se ha detallado la previsión de ventas para los tres escenarios posibles, se va a pasar a realizar lo mismo con la previsión de gastos que espera asumirá la empresa en los primeros años. Dado que Myplix es una empresa intermediaria de servicios y monetiza a través de su plataforma online, uno de los gastos importantes será el acometido en marketing, ya que en gran medida el flujo de clientes esperado llegará en su mayoría por la publicidad que se haga en portales como Facebook e Instagram.

El gasto más grande llegará en los salarios de los empleados debido a que sin talento en una empresa no es posible alcanzar objetivos ambiciosos como los que Myplix tiene.

Por último, la partida de gastos se completará con el coste de los servicios que los clientes disfrutan con sus planes sorpresa de ocio gracias a Myplix.

Dicho esto, se identifican como principales gastos los siguientes:

- Sueldos y Salarios: como se ha comentado, la importancia del talento en la empresa es algo indiscutible para lograr objetivos, por ello en Myplix se realiza un gran esfuerzo con esta partida de gastos para que permita retener ese talento necesario y exista una alta motivación. Con el paso del tiempo se requerirá de más talento, así como de premiar el esfuerzo del ya existente, por eso esta partida irá incrementando año tras año.
- Marketing: dado que Myplix actúa en el mercado online será de vital importancia dotar unos gastos suficientes en campañas de marketing en plataformas como Facebook, Google e Instagram que permitan dar a conocer la empresa. También se contemplarán gastos en campañas offline.
- Proveedores: esta partida también será de las más importantes ya que se refiere al coste que tiene Myplix porque le provean de los servicios de ocio y restauración que pone a disposición de sus clientes en la página web.

Tras haber determinado las partidas de los gastos principales de la empresa, se va a pasar a detallar las cantidades que se gastarán durante los tres primeros años del proyecto con tres posibles escenarios: optimista, realista y pesimista. Aparte de esto, se mostrará la evolución de los beneficios a través de gráficos.

- Escenario optimista:

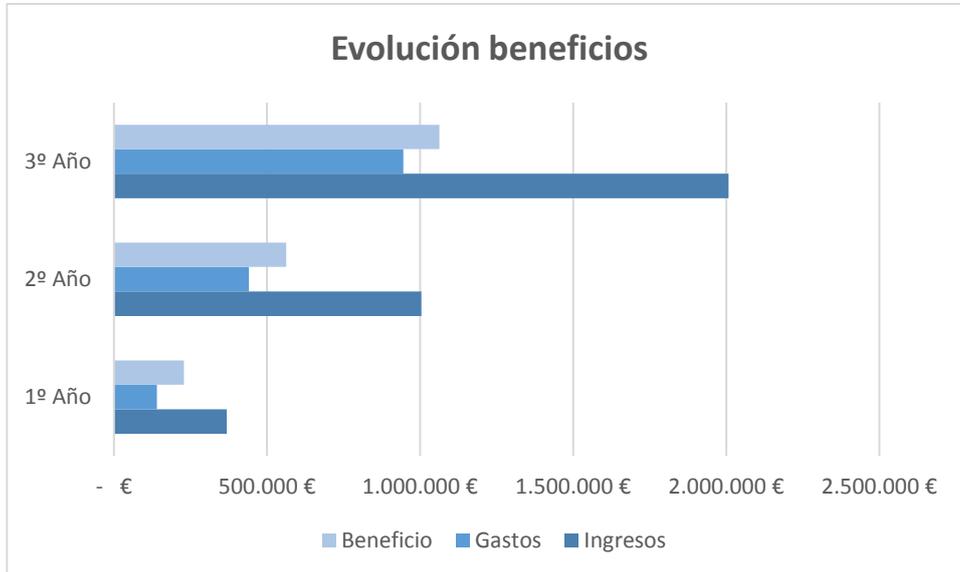
En dicho escenario, la empresa logra alcanzar un alto nivel de ingresos desde un primer momento, además de contar con una importante fuente de ingresos proveniente de la financiación externa que se consigue tempranamente de rondas de inversión. Gracias a esto durante los tres primeros años se puede realizar una alta inversión en salarios y marketing que permitirá aumentar y acelerar el crecimiento de la empresa.

Los gastos totales para el escenario optimista durante los tres primeros años son los siguientes:

- Sueldos y salarios: 686.121 €.
- Marketing: 420.000 €.
- Proveedores: 420.000 €.

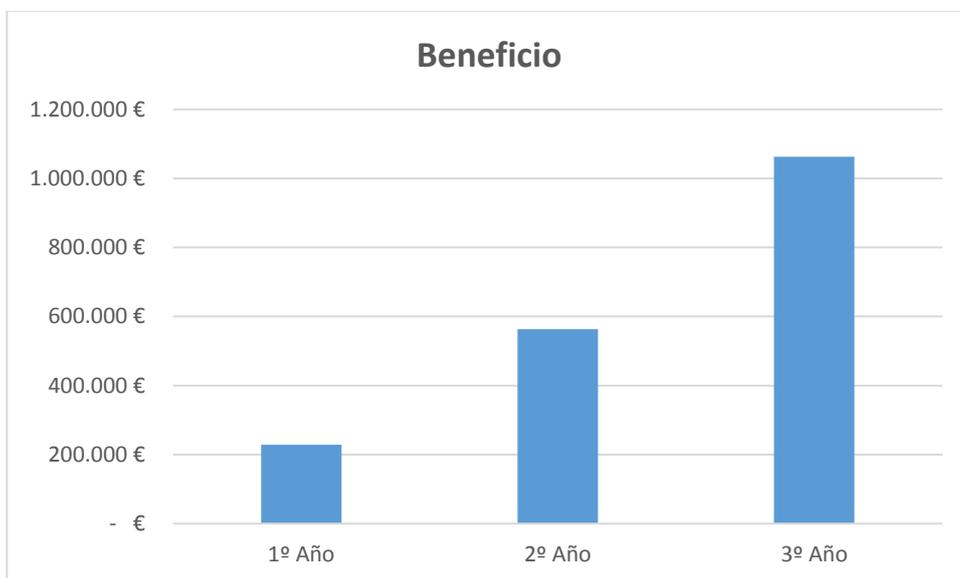
Los gráficos que posteriormente se muestran vienen determinados por un balance **Anexo 1**:

Figura 6.4. Evolución beneficios optimista



Fuente: Elaboración propia

Figura 6.5. Beneficio optimista



Fuente: Elaboración propia



Como se observa en el gráfico, desde el primer ejercicio se obtiene beneficios considerables, además de ser una empresa autosostenible desde el primer año. Durante los siguientes años se experimenta un crecimiento muy positivo en los beneficios, contando con financiación externa que permite asumir unos mayores gastos que permita crecer más rápido.

- Escenario realista:

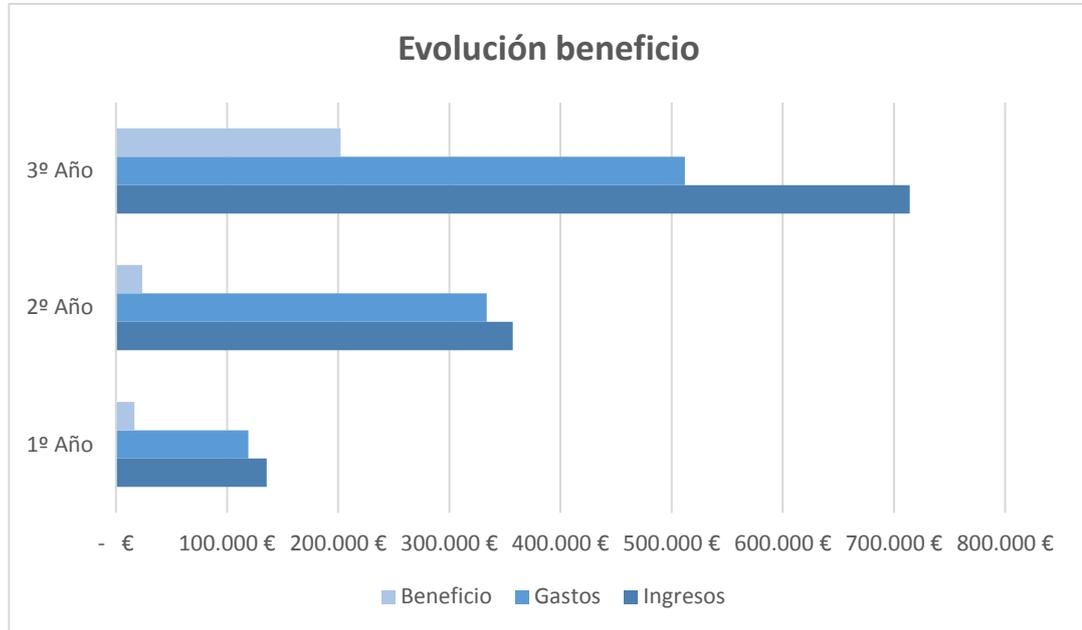
En este nuevo escenario, el nivel de ventas e ingresos sigue siendo bueno pero menos que en el caso optimista. Esto hace que se deba ser algo más conservador en cuanto a gastos se refiere, por lo que las partidas totales de marketing, salarios y proveedores serán algo menores que en el caso anterior. También es importante tener en cuenta que en este escenario se cuenta con una financiación externa considerablemente menor.

Los gastos totales para el escenario realista durante los tres primeros años son los siguientes:

- Sueldos y salarios: 480.285 €.
- Marketing: 270.000 €.
- Proveedores: 214.200 €.

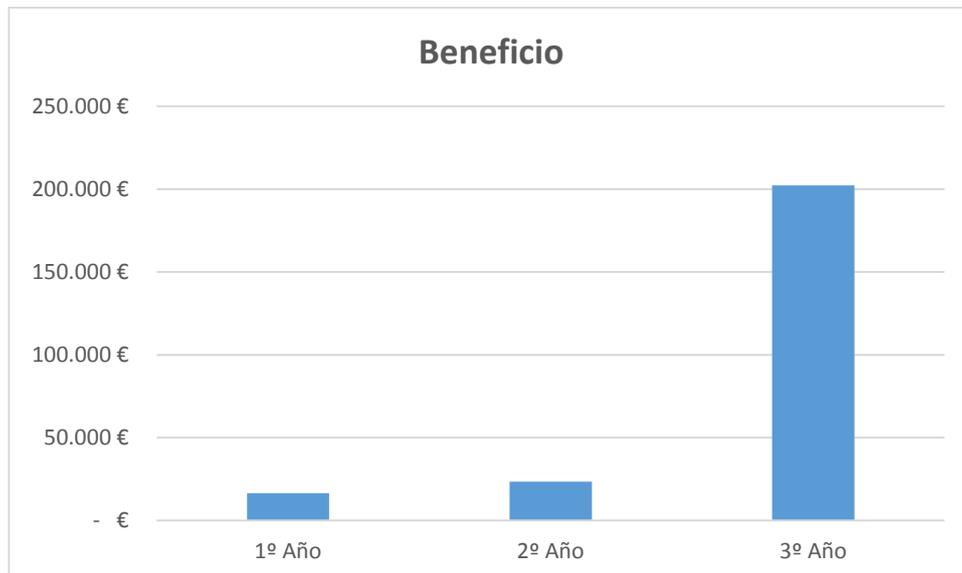
Los gráficos que posteriormente se muestran vienen determinados por un balance **Anexo 2**:

Figura 6.6. Evolución beneficios realista



Fuente: Elaboración propia

Figura 6.7. Beneficio realista



Fuente: Elaboración propia

Nuevamente se obtiene un resultado positivo desde el primer ejercicio aunque esta vez en menor cantidad. También es destacable que la financiación ajena también ha disminuido en consideración y que la empresa no logra ser autosostenible hasta el tercer año. No obstante, los resultados y previsiones obtenidas en este escenario siguen siendo muy válidas y positivas para la evolución de la empresa.

- Escenario pesimista:

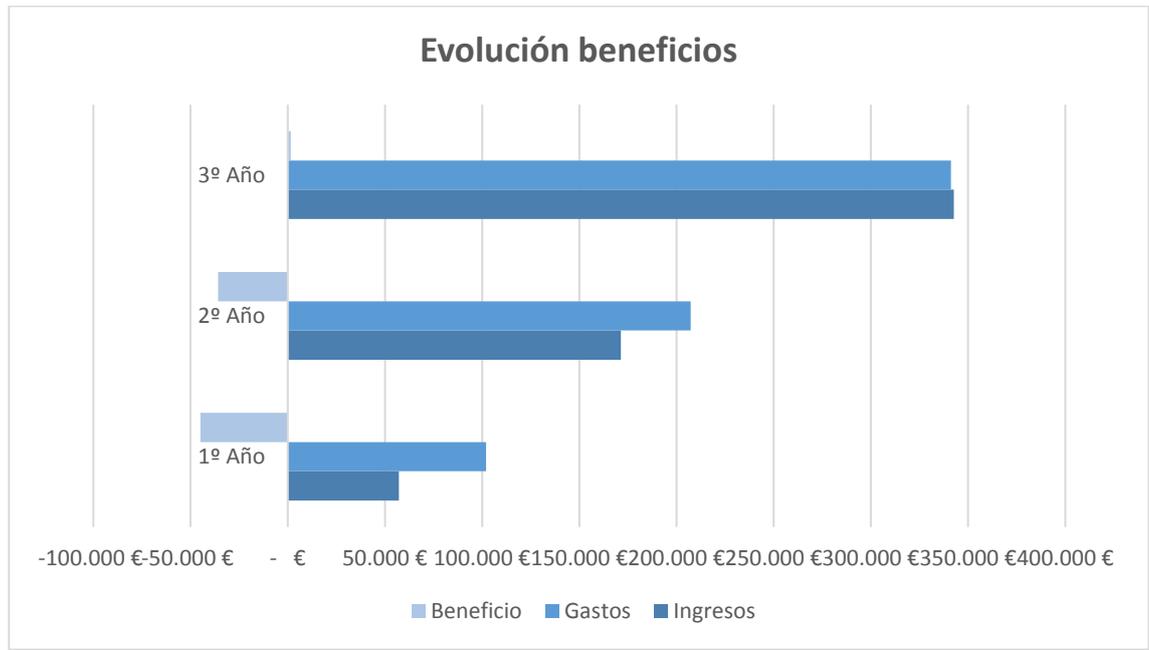
En este último escenario, el volumen de ventas e ingresos no es tan positivo como en el resto de escenarios, haciendo más complicada la sostenibilidad de la empresa. Debido al menor nivel de ingresos se deberá de reducir los gastos lo justo y necesario para no incurrir en grandes pérdidas y que a la vez permitan crecer a la empresa. Además de todo esto, debido a la situación no se contará con financiación ajena durante estos tres primeros años.

Los gastos totales para el escenario pesimista durante los tres primeros años son los siguientes:

- Sueldos y salarios: 347.635 €.
- Marketing: 160.000 €.
- Proveedores: 142.800 €.

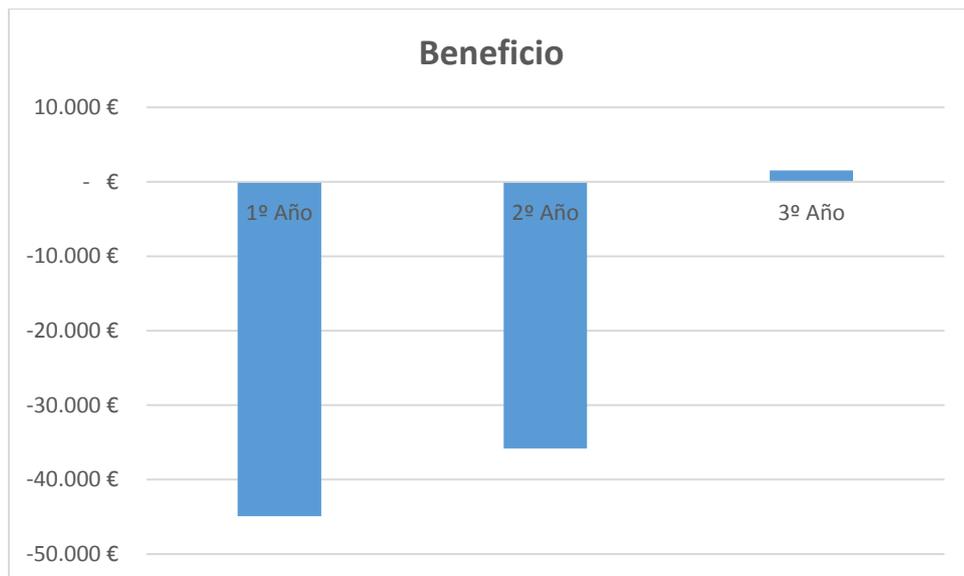
Los gráficos que posteriormente se muestran vienen determinados por un balance **Anexo 3**:

Figura 6.8. Evolución beneficios pesimista



Fuente: Elaboración propia

Figura 6.9. Beneficio pesimista



Fuente: Elaboración propia



Como se aprecia en los gráficos, en este escenario pesimista la empresa no consigue una aceptación del consumidor tan positiva como en los casos anteriores y el nivel de ingresos no es capaz de superar a los gastos en el primer y segundo año, obteniendo pérdidas en ambos. A pesar de un difícil inicio, con pérdidas y sin financiación ajena, la empresa experimenta un crecimiento año tras año, alcanzando un nivel de ingresos superior a gastos en el tercer ejercicio.



6.5 Viabilidad financiera de Myplix

Tras el análisis realizado de los diferentes escenarios posibles en los que pueden incurrir Myplix, se puede concluir que el proyecto es viable en el medio plazo contando con una base de financiación ajena para sostenerse en el primer año.

Como se ha observado en el escenario optimista la empresa consigue ser autosostenible desde el primer año y en el escenario realista obtiene beneficios desde el primer año gracias a la financiación ajena. Al contrario, en el escenario pesimista, la empresa sufre pérdidas en los dos primeros años aunque a partir del tercero el balance pasa a ser positivo.

Por todo esto, se define Myplix como un proyecto viable, contando con algo de financiación ajena, en el medio plazo.



7. Conclusiones

Una vez se ha presentado el plan de empresa para Myplix, se van a extraer una serie de conclusiones que adelante se detallan:

- Análisis estratégico:
 - Macroentorno: los factores estudiados en este punto determinan que es un momento propicio para poner en marcha un negocio con las características que Myplix presenta ya que tanto las tendencias del sector como de los consumidores así lo respaldan.
 - Microentorno: como se ha comentado anteriormente en este apartado, la actividad de Myplix cuenta con una red suficiente de proveedores, además de contar con una serie de competidores como Groupon. No obstante, y a pesar de ser un sector maduro, Myplix ha encontrado un nicho que si explota con agilidad logrará posicionarse en el mercado dificultando la entrada de nuevos competidores más directos.
 - Análisis DAFO: dentro de la parte negativa del análisis se destaca por encima del resto la falta de fondos propios y financiación en el inicio de Myplix. Por otro lado, las fortalezas a destacar son el equipo con el que cuenta la empresa, así como el margen de beneficio con el que trabaja Myplix. Como oportunidad sobresale el crecimiento de las experiencias sorpresa dentro del sector del ocio.
- Análisis de la organización:
 - Misión, visión y valores: Myplix cuenta con una serie de valores que marcan su forma de actuación hacia la misión de la empresa. Dentro de estos valores destacan claramente el trabajo en equipo, la seguridad y un ambiente de trabajo divertido y confiado.
 - Forma jurídica: Myplix comenzará su actividad como sociedad de responsabilidad limitada, ya que es la forma jurídica más apropiada para el estilo de proyecto que es la compañía.

- Plan de operaciones: la empresa presenta un proceso operativa que permite por un lado al cliente hacer su compra de la manera más cómoda y sencilla posible y, por otro lado, permite a la compañía tener el control del margen de beneficios así como de la disponibilidad completa de los planes.
- Plan de recursos humano:
 - Equipo: como se ha comentado en varias ocasiones en este trabajo, los recursos materiales y financieros escasean habitualmente en los inicios de una startup. Por esto, es vital contar con un buen capital humano que sea capaz de llevar las tareas necesarias para el crecimiento del proyecto. La formación, trato y cuidado del capital humano es un pilar indiscutible para Myplex.
 - Organigrama: al comienza del proyecto se contará con un equipo de 5 personas multidisciplinares que serán capaces de hacerse cargo de toda la carga de trabajo en los diferentes ámbitos dentro de la empresa. A lo largo del tiempo se irán incorporando nuevos miembros del equipo en función de la necesidad que se tenga.
- Plan de marketing:
 - Estrategia de marketing: al tratarse Myplex de una plataforma online, la gran mayoría de los recursos y estrategias están orientados a campañas online de captación y retención de clientes, así como de generación de marca. Las redes sociales y la propia página web serán los canales más utilizados.
- Plan económico-financiero:
 - Inversión-financiación: Myplex requiere de una mínima inversión inicial para poner en marcha la actividad de la empresa, no obstante para hacer la empresa autosostenible lo antes posible, se requiere de un buen volumen de ventas. Por ello, se busca desde un inicio inversión de capital privado para que, a pesar de una



cierta descapitalización, la empresa crezca con mayor facilidad.

- Previsión de ventas: en todos los escenarios plantados, las ventas muestran un crecimiento a lo largo del tiempo, variando en mayor o menos medida en función de la aceptación de los consumidores y del capital disponibles para la estrategia de marketing.
- Previsión de gastos: los gastos asumidos por la empresa vienen determinados por el nivel de inversión con el que se cuenta y del nivel de ventas que se obtiene. Contra más inversión y ventas de obtengan mayores gastos se acometerán debido al aumento de la actividad, que requiere de más capital humano y una mayor red de proveedores o instalaciones propias para satisfacer la demanda.
- Viabilidad financiera de Myplix: en todos los escenarios descritos Myplix se considera un proyecto viable, con mayor o menor dificultad en función del escenario.



BIBLIOGRAFÍA



Libros y publicaciones

Reinares L. Pedro J. y Ponsoa J. Manuel, (2002). *Marketing Relacional; Un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente*, Editorial: Times- Prentice Hall.

Sánchez Herrera, Joaquín; Pintado Blanco, Teresa (2010). *Nuevas tendencias en comunicación*. Editorial: Madrid: ESIC

Dessler, G (2009). *Fundamentals of Human Resource Management*. Editorial: Florida: Prentice Hall.

Aguado Carretero, Pilar. (2008). *La guía del emprendedor*. Valencia : Asociación de Jóvenes empresarios de Valencia.

De Miguel Molina, M. (2004). *Marketing de servicios: Plan de Marketing*. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia.

Solomon, M. R. (2013). *Comportamiento del consumidor*. Editorial: s.l.: Pearson.

San Salvador Del Valle, R. (2000): *Políticas de Ocio. Cultura, Turismo, Deporte y Recreación*. Universidad de Deusto, Bilbao.

Docters.G.Robert; Reopel.R,Michael; (2014) *Cómo ganar el juego de las utilidades. La utilización del precio y la marca como herramientas estratégicas*. Editorial: Grupo Editorial Norma.

Documentos electrónicos

- Sageone.es, (2017). [En línea] Disponible en:

<http://www.sageone.es/2014/09/18/ventajas-e-inconvenientes-de-una-sociedad-limitada/>

[Consulta: 25 Abr. 2017]

- Emprendedores.es, (2017). [En línea] Disponible en:

<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/pasos-para-crear-una-sociedad-limitada>

[Consulta: 25 Abr. 2017]

- Miconvenio.com, (2017). [En línea] Disponible en:

<http://www.miconvenio.com/Asp/Modulos/ConsultaConvenioParticular.aspx>

[Consulta: 05 May. 2017]

- Datosmacro.com, (2017). [En línea] Disponible en:

<http://www.datosmacro.com/ipc-paises/espana?sector=Ocio-y-Cultura&sc=IPC-OyC>

[Consulta: 26 May. 2017]

- Datosmacro.com, (2017). [En línea] Disponible en:

<http://www.datosmacro.com/ipc-paises/espana-comunidades-autonomas/valencia?sector=Ocio+y+Cultura&sc=IPC-OyC>

[Consulta: 26 May. 2017]

- Ine.es, (2017). [En línea] Disponible en:

http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925472964&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888

[Consulta: 23 Abr. 2017]



- Elpais.com, (2017). [En línea] Disponible en:

https://economia.elpais.com/economia/2015/07/09/actualidad/1436430664_868803.html

[Consulta: 29 Ago. 2017]

- Huffingtonpost.es, (2017). [En línea] Disponible en:

http://www.huffingtonpost.es/2017/01/12/turismo-espana_n_14129086.html?ir=Spain

[Consulta: 29 Ago. 2017]

- Ine.es, (2017). [En línea] Disponible en:

http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

[Consulta: 29 Ago. 2017]



Anexos

Anexo 1 – Ingresos y gastos en el escenario optimista

	1º Año	2º Año	3º Año
Ingresos Externos	200.000 €	500.000 €	1.000.000 €
Ingresos Ventas	168.000 €	504.000 €	1.008.000 €
Basic	117.600 €	352.800 €	705.600 €
Premium	50.400 €	151.200 €	302.400 €
Gastos	139.759 €	440.985 €	945.377 €
Proveedores	42.000 €	126.000 €	252.000 €
Marketing	20.000 €	100.000 €	300.000 €
Salarios	77.759 €	214.985 €	393.377 €
Beneficio	228.241 €	563.015 €	1.062.623 €



Anexo 2 – Ingresos y gastos en el escenario realista

	1º Año	2º Año	3º Año
Ingresos Externos	50.000 €	100.000 €	200.000 €
Ingresos Ventas	85.680 €	257.040 €	514.080 €
Basic	62.160 €	186.480 €	372.960 €
Premium	23.520 €	70.560 €	141.120 €
Gastos	119.179 €	333.503 €	511.803 €
Proveedores	21.420 €	64.260 €	128.520 €
Marketing	20.000 €	100.000 €	150.000 €
Salarios	77.759 €	169.243 €	233.283 €
Beneficio	16.501 €	23.537 €	202.277 €



Anexo 3 – Ingresos y gastos en el escenario pesimista

	1º Año	2º Año	3º Año
Ingresos Externos			
Ingresos Ventas	57.120 €	171.360 €	342.720 €
Basic	47.040 €	141.120 €	282.240 €
Premium	10.080 €	30.240 €	60.480 €
Gastos	102.039 €	207.195 €	341.201 €
Proveedores	14.280 €	42.840 €	85.680 €
Marketing	10.000 €	50.000 €	100.000 €
Salarios	77.759 €	114.355 €	155.521 €
Beneficio	- 44.919 €	- 35.835 €	1.519 €



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA