

PLAN DE EMPRESA

2º CFGS Iluminación, captación y tratamiento de imagen

Mar Esteban Fortanet

ÍNDICE

1. EL EMPRENDEDOR Y LA IDEA DE NEGOCIO

- 1.1 Datos personales de los promotores
- 1.2 La idea de negocio
- 1.3 Idea posible y realista
- 1.4 Principales motivos que me van a permitir llevar a cabo mi negocio
- 1.5 Descripción precisa del producto o servicio.
- 1.6 Clientes
- 1.7 Recursos
- 1.8 Recursos humanos

2. PLAN DE MARKETING

- 2.1 Desarrollo de un plan de marketing
- 2.2 Segmentos a los que se dirige la empresa
- 2.3 Análisis DAFO
- 2.4 Imagen de la marca que se quiere proyectar
- 2.5 Ventajas para los clientes respecto al precio y calidad
- 2.6 Política de producto de la empresa
- 2.7 Política de precios de la empresa
 - 2.7.1 Criterios a la hora de fijar un precio a un producto
 - 2.7.2 Precios de la competencia para los mismos productos
- 2.8 Política de promoción de la empresa
 - 3.8.1 Criterios a la hora de fijar un precio a un producto
 - 3.8.2 Precios de la competencia para los mismos productos

3. PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

- 3.1 Visión, misión, valores y RSC
 - 3.1.1 Visión
 - 3.1.2 Misión
 - 3.1.3 Valores
 - 3.1.4 RSC
- 3.2 Servicios

4. ORGANIGRAMA

5. FORMA JURÍDICA

6. PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

- 6.1 Financiación
 - 6.1.1 Recursos propios
 - 6.1.2 Recursos ajenos
- 6.2 Previsión de ingresos
- 6.3 Previsión de compras de material
- 6.4 Previsión de gastos
 - 6.4.1 Material
 - 6.4.2 Alquileres y dietas
 - 6.4.3 Sueldos Trabajadores
 - 6.4.4 Total

1. EL EMPRENDEDOR Y LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 Datos personales de los promotores.

Mar Esteban Fortanet es la promotora del negocio Agroreport y estudiante con experiencia laboral en prácticas de un grado medio y grado superior en la especialidad de Imagen y Sonido.

A pesar de ser una estudiante en formación dispone de una experiencia en el sector audiovisual no remunerada de cinco años. En el sector de la fotografía ha trabajado de fotógrafa social, reportera en eventos locales y tiene experiencia en fotografía de estudio. Si hablamos de reportajes de vídeo, ha trabajado de cámara y tiene experiencia como directora y directora de fotografía.

Curriculum Vitae modelo Europass:

PERSONAL INFORMATION

Mar Esteban Fortanet

 4 Padre Vela Street, 4th floor, Apt 10, 12004 Castellón (Spain)

 +34 662 304 085

 marestfoto@outlook.com

Sex Female | Date of birth 2 Sep 1996 | Nationality Spanish

WORK EXPERIENCE

Apr 2015–Jun 2015

Photographer in training period

Roda Fotógrafos, Castellón (Spain)

Responsibilities and training received:

- Device characterization and adjustment in the capture and digitalization process of analogue photos.
- Prevention and protection measures implementation within a company.
- Photo and video capture.
- Visual pieces editing.
- Bitmap images digital photo collage.
- Photography video and lighting equipment maintenance.
- Bitmap digital image processing.
- Vector images processing and editing.

EDUCATION AND TRAINING

Sep 2015–Present

Higher Technician in Lighting, Capture and Processing of Images

EQF level 5

IES Vila-Roja, Almazora (Spain)

Subjects taught:

- Camera Planning in Audiovisual Productions
- Audiovisual Image Shooting
- Lighting Projects
- Lighting Technology
- Lighting Control
- Projects on Photography
- Shooting
- Digital Photo Processing
- Final Photographic Processes
- Recording and Editing Audiovisual Reports
- Project on Lighting, Capture and Image Processing
- Professional Training and Guidance
- Business and Entrepreneurial Initiative

Sep 2013–Jun 2015

Technician in Video Disk Jockey and Sound (VET)

EQF level 4

IES Vila-Roja, Almazora (Spain)

Subjects taught:

- Installation and Audio Equipment Set-up of

- Sound Reception and Recording
- Control, Sound Editing and Mixing
- Preparation of Video Disc-Jockey Sessions
- Live Music Performances
- Live Visual Animation
- Shooting and Editing Digital Image
- Professional Training and Guidance
- Business and Entrepreneurial Initiative

Sep 2008–Jun 2012 **General Certificate of Secondary Education (GCSE)**
 IES Francesc Ribalta, Castellón (Spain)

PERSONAL SKILLS

Mother tongue(s) Spanish

Other language(s)

	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	
English	B2	B2	B2	B2	B2
Cambridge ESOL Entry Level Certificate PET (Preliminary English Test) Trinity Collage London Grade 5					
French	A1	A1	A1	A1	A1

Levels: A1 and A2: Basic user - B1 and B2: Independent user - C1 and C2: Proficient user
 Common European Framework of Reference for Languages

Communication skills High Teamwork skills: Having worked in a team during my apprenticeship where we recorded videos, organised and record reports, working in a team has grown to be a necessity for me.

Digital competence

SELF-ASSESSMENT				
Information processing	Communication	Content creation	Safety	Problem solving
Proficient user	Proficient user	Proficient user	Independent user	Independent user

Digital competences - Self-assessment grid

Initial Photoshop course focused to tile coating market
 Photoshop CC: Image Processing and Color Management in Ceramic Digital Injection (Level II)
 Illustrator CC: Applied to the ceramic industry and to the decoration inkjet

- Advanced knowledge of Adobe Photoshop, Adobe Premiere and Adobe After Effects.
- Good command of office word (word processor, spread sheet, presentation software)
- Average knowledge of Adobe Illustrator, Adobe Audition and Adobe Lightroom.

Driving licence B

1.2 La idea de negocio

La idea de negocio que voy a emprender está basada en una empresa de turismo de aventura en la que organizamos rutas turísticas en el entorno rural. Nuestros servicios incluyen el alojamiento en los destinos deseados, reportajes audiovisuales y desplazamiento de las pertenencias de los clientes entre los diferentes puntos de la ruta. Facilitamos la máxima comodidad a nuestros aventureros junto con un vídeo personalizado, que mostrará un inolvidable recuerdo de su experiencia con nuestra empresa.

La empresa dispone de personal cualificado tanto para realizar actividades de riesgo al aire libre como para conseguir reportajes audiovisuales con acabados profesionales. Agroreport dispone de un acuerdo mutuo entre las empresas de alojamiento y restauración para proporcionar al cliente una mayor comodidad y satisfacción.

1.3 Idea posible y realista

La idea de negocio surge a través de mi experiencia laboral en el sector audiovisual, y la pasión por la naturaleza. Tras vivir toda mi infancia en un ambiente rural y mis conocimientos audiovisuales, considero que es una idea posible y realista ya que es un proyecto inusual en nuestro país el cual podemos llevar a cabo con trabajadores motivados y ganas de emprender.

Los motivos mas importantes que me llevan a crear una empresa son entre uno de ellos la libertad de dirigir mi propio negocio desde mi punto de vista, haciendo posible el trabajar en equipo al aire libre. Otro motivo muy importante a nivel personal es la auto-superación, ser capaz de hacer que funcione una empresa creada por mi misma, y obtener beneficios de ello.

Mi idea principal es trabajar con jóvenes que dispongan de motivación y constancia, sin darle demasiada importancia a la experiencia laboral siempre y cuando cumplan con su función.

1.4 Principales motivos que me van a permitir llevar a cabo mi negocio

Como emprendedora, mis principales virtudes, que me van a permitir conseguir llevar a cabo la idea de negocio ya expuesta, son la motivación, la auto-superación y la oportunidad.

✓ Motivación.

Desde pequeña mi motivación ha sido crear y mantener mi propia empresa, siguiendo los pasos de familiares que disponen de empresas propias en distintos sectores agrarios. Por ese motivo, ser una emprendedora me motiva y me veo con fuerzas para conseguir hacer posible mi idea de negocio.

✓ Auto-superación.

Debida a la situación actual del país conseguir trabajo resulta más complicado que años atrás, por lo tanto, dar trabajo a otras personas me resultaría muy satisfactorio. Veo la posibilidad de crear mi propio puesto de empleo, y ofrecer puestos de trabajo con la idea de crear empleo en la población juvenil. Eso sería una gran auto- superación.

✓ Oportunidad.

Cada día es más común que pidan años de experiencia laboral a jóvenes recién graduados. Crear mi empresa, tener éxito, y hacerse un nombre en el sector, es la oportunidad necesaria para demostrar que la experiencia laboral no es lo único que importa, la capacidad creativa y las ganas de trabajar tienen mucho más peso en el sector laboral.

1.5 Descripción precisa del producto o servicio.

Producto central

- Rutas turísticas guiadas.

Producto ampliado

- Reportajes audiovisuales
- Transporte de pertenencias

Valor añadido

- Personal cualificado
- Relación directa
- Comodidad

Utilidades

- Disponibilidad fines de semana
- Proximidad, desplazamiento

1.6 Clientes

Mis clientes potenciales se van a dividir en tres grupos. Familias y amigos, aficionados y senderistas con experiencia.

Ofrecemos un trato de primera persona y una adaptación a las necesidades de cada uno. Agroreport está presente en las redes sociales y dispone de página web propia. Compartimos material audiovisual de las rutas de nuestros clientes, dónde comparten su propia experiencia e interactúan entre ellos. La empresa es accesible en todas las plataformas para resolver dudas o consultas.

1.7 Recursos

Para llevar a cabo este proyecto empresarial necesitaremos los siguientes recursos productivos: Alojamiento, vehículos, personal técnico, logística y equipamiento.

Alojamiento

En éste se hospedarán nuestros clientes. Las propiedades no son de la empresa, son casas rurales con propietarios independientes a Agroreport.

Vehículos.

Una empresa de transporte proporcionará los vehículos necesarios para transportar las pertenencias personales de los aventureros, y recogerán al grupo senderista en caso que sea necesario.

Logística y personal técnico.

Requerimos de personal de logística para la organización de rutas, contacto con patrocinadores y gestión de empresa. Dispondremos de personal técnico en el sector audiovisual y guías con titulación que acompañarán durante todo el recorrido a los grupos que realicen la actividad.

Material.

Será necesario equipamiento técnico audiovisual para realizar los reportajes audiovisuales y de material deportivo para cada actividad

1.8 Recursos humanos

En este apartado citaré la cantidad de trabajadores que necesito junto a su especialidad, su

función en la empresa y el perfil profesional y académico necesario para ser trabajador de Agroreport.

Perfil profesional y académico.

- Un director gerente que dirija la empresa y supervise a los trabajadores y colabore en la medida de lo posible.
- Un community manager para nuestras redes sociales y páginas web. Se exige un título de técnico superior en comercio y marketing o comunicación audiovisual, buen nivel de inglés y conocimientos informáticos.
- Transportistas con disponibilidad en fin de semana. Se requiere el permiso de conducir B y cinco años de experiencia conduciendo.
- Dos técnicos audiovisuales que controlen totalmente fotografía y vídeo. Se requiere un curriculum audiovisual además de una licenciatura en audiovisuales y/o Técnico superior en Iluminación y Vídeo.
- Guías turísticos. Imprescindible conocer las rutas que ofrece la empresa. Se requiere nivel de inglés y titulación de turismo (opcional).

Funciones de los trabajadores.

Mar, como director gerente de la empresa se encargará de:

- Supervisión de los trabajadores.
- Gestión de recursos.
- Elaboración de presupuestos.
- Derramas de la empresa.
- Atención a los clientes

Trabajador 1, como community manager tendrá las siguientes funciones:

- Gestión de redes sociales y página web.
- Diseño de los medios audiovisuales.

Trabajador 2 y 3, como transportistas:

- Transporte de pertenencias personales.
- Asegurar la llegada de las pertenencias.

Trabajadores 4 y 5, como técnicos audiovisuales.

- Captación de fotografía y vídeo.
- Retoque de foto.
- Postproducción de vídeo.

Trabajadores 6 y 7, como guía turístico.

- Guía de los grupos.
- Monitor de tiempo libre.

Proceso de selección de los trabajadores.

La contratación de los trabajadores se centrará principalmente en la clase de titulación obtenida, los idiomas y la experiencia laboral. También se valorará la actitud de la persona respecto a su entorno y las ganas de desarrollar su creatividad.

2. EL PLAN DE MARKETING

2.1 Desarrollo de un plan de marketing

Un buen marketing es muy importante para obtener clientes. Para ello, necesitaremos información de éstos, como por ejemplo a quien nos dirigimos, para planear nuestras estrategias de marketing.

Realizaremos un análisis DAFO para identificar nuestros puntos fuertes y débiles, y así nos facilitará el trabajo de crear estrategias de marketing para darnos a conocer como es debido.

2.2 Segmentos a los que se dirige la empresa

Nuestra empresa está dirigida a tres tipos de clientes:

- Familias y grupos de amigos
- Senderistas profesionales
- Aficionados al turismo rural

2.3 Análisis DAFO

Debilidades:

Dificultades en la captación de nuevos clientes debido al desconocimiento de la empresa.
Capacidad financiera escasa para disponer de material profesional.
Incapacidad de hacer frente a grandes grupos.

Amenazas:

Clima
Posible competencia

Fortalezas:

Profesionalidad
Calidad en nuestros servicios
Capacidad creativa y de desarrollo
Gran disponibilidad
Capacidad de desplazamiento

Oportunidades:

Poca competencia
Nueva visión de turismo rural

2.4 Imagen de la marca que se quiere proyectar

El logotipo de la empresa transmite la idea de turismo rural con un toque familiar, innovador y colorido.

Los empleados de la empresa llevarán camisetas diseñadas por ellos mismos con el logotipo de la empresa impreso. Este logotipo será utilizado como marca de agua en nuestros trabajos audiovisuales.

2.5 Ventajas para los clientes respecto al precio y calidad

La política de la empresa es que tanto los trabajadores como nuestros clientes son lo primero, por lo que el trato siempre será muy familiar y comprensivo. Se proporcionarán ofertas y facilidades a nuestros clientes habituales y descuentos de empleado para familiares y amigos de nuestros trabajadores.

2.6 Política de producto de la empresa

Nuestra empresa es respetuosa con el medio ambiente, por lo que fomenta el reciclaje y la reducción de residuos en el medio rural. La esencia de los reportajes audiovisuales es transmitir familiaridad, cercanía y respeto por el entorno.

2.7 Política de precios de la empresa

El precio de nuestras rutas rurales guiadas varía en función al tipo de recorrido escogido y la cantidad de personas que formen el grupo.

2.7.1 Criterios a la hora de fijar un precio a un producto

Consideraremos:

- El precio que cuesta realizar el servicio
- La cantidad de recursos invertidos en el proyecto
- Las horas invertidas en el recorrido

2.7.2 Precios de la competencia para los mismos productos

- Ruta guiada 55€ al día por persona
- Alojamiento (no lo ofrece la empresa)
- Dietas (no lo ofrece la empresa)

Basándonos en los precios de la competencia nuestros precios al día por persona serán:

Recorrido rojo: **100 €**

Ruta guiada + actividades de riesgo + alojamiento + dietas + reportaje + transporte

Recorrido amarillo: **90 €**

Ruta guiada + actividades + alojamiento + dietas + reportaje + transporte

Recorrido verde: **80 €**

Ruta guiada + actividades infantiles + alojamiento + dietas + reportaje + transporte

2.8 Política de promoción de la empresa

2.8.1 Objetivos de promoción de la empresa

Nuestros principales objetivos serán:

- Presentar los productos de la empresa y los servicios de calidad que ofrecemos mediante anuncios en redes sociales y páginas web.
- Crear una buena imagen que transmita profesionalidad, seriedad y sobre todo pasión por la naturaleza.

2.8.2 Acciones publicitarias y medios utilizados

La empresa dispone de página web propia y está presente en redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram y Twitter donde se compartirán las promociones y experiencias de nuestros clientes, y medios audiovisuales dedicados a nuestros patrocinadores.

3. PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1 Visión, misión, valores y RSC

3.1.1 Visión

A largo plazo, veo que Agroreport podría estar situado en distintas provincias de toda España debido a un gran acogimiento por el público y gran expansión de la empresa.

3.1.2 Misión

La idea de la empresa es inculcar valores respecto a la naturaleza a nuestros clientes y ser una buena influencia en la sociedad.

3.1.3 Valores

Todos los procesos realizados por la empresa se ejecutarán de manera personal entre los empleados contratados. Cumplir los objetivos en equipo es el principal objetivo de la empresa.

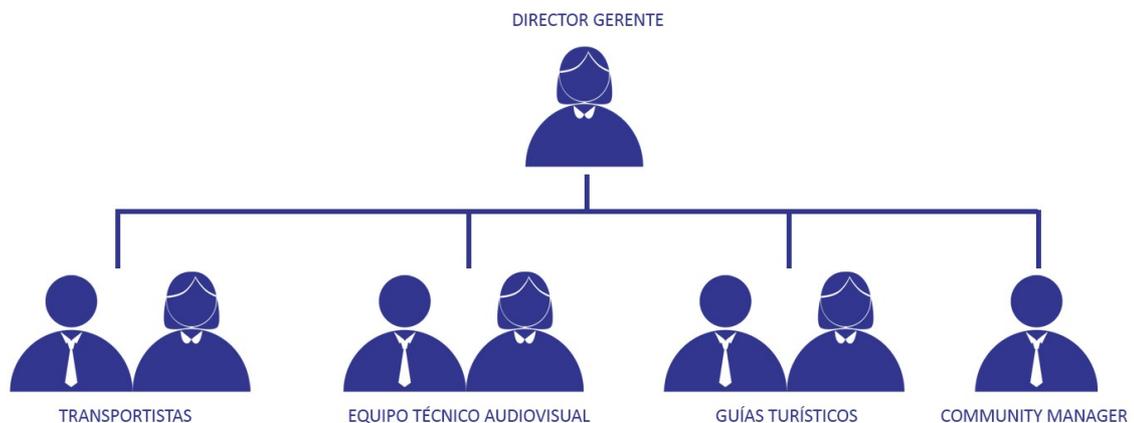
3.1.4 RSC

Las actividades de la empresa se realizan en la naturaleza, por lo que el reciclaje de residuos causados por la excursión es una parte fundamental del proyecto, al igual que concienciar a la gente de cuidar el medio ambiente y evitar el cambio climático.

3.2 Servicios

El servicio que ofrece la empresa es turismo rural, por lo que el producto que ofrecemos son rutas guiadas y actividades a cambio de un beneficio económico.

4. ORGANIGRAMA



5. FORMA JURÍDICA

La forma jurídica de la empresa es Sociedad Limitada ya que solo hay un socio en ésta, y con esta forma jurídica es más sencillo añadir cualquier otro socio sin cambiar el tipo de empresa. Además se puede proteger el patrimonio personal sin arriesgar, a diferencia de un autónomo.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Financiación

6.1.1 Recursos propios

En primer lugar, se pedirá una subvención para emprendedores. Se realizará una inversión inicial de 30.000€ destinado a salarios, materiales y documentaciones. Al tener subcontradas otras empresas y alquileres los alojamientos, se pagarán tal como se vaya cobrando de los clientes.

Contaremos con 10.000€ de reserva para adelantos de sueldos y posibles imprevistos que vayan surgiendo a lo largo de los inicios de la empresa.

6.1.2 Recursos ajenos

Se pedirá financiación a largo plazo a través de un préstamo bancario de 50.000€ destinado a materiales y para fondos de la empresa.

6.2 Previsión de ingresos

Teniendo en cuenta que trabajamos todos los fines de semana con una media de 20 personas divididas en dos grupos, a unos 80€ por persona al día, la previsión de ingresos es de 16.000€ mensuales + IVA (19.360,00 €). Tendremos en cuenta que tanto los meses de verano como puentes y festivos se puede incrementar hasta un 300%.

6.3 Previsión de compras de material

La empresa hace uso de material deportivo, por lo que se destinarán 800€ mensuales a mantenimiento, reparación y reposición de material. Tendremos en cuenta que en verano se deberá incrementar el presupuesto.

6.4 Previsión de gastos

6.4.1 Sueldos trabajadores

TRABAJADOR	HORAS SEMANALES	PRECIO DE LA HORA	TOTAL
Transportista con vehículo propio	4h	20,00 €	80,00 €
Transportista con vehículo propio	4h	20,00 €	80,00 €
Guía turístico	24h	7,00 €	168,00 €
Guía turístico	24h	7,00 €	168,00 €
Técnico audiovisual con equipo propio	24h	10,00 €	240,00 €
Técnico audiovisual con equipo propio	24h	10,00 €	240,00 €
Community Manager	-	Precio fijo mensual	200,00 €
			1.176,00 €

1.176,00€ + 20% (hacienda y SS) = **1.411,20 € semanales**

Previsión de sueldos mensual: **5.644,8 €**

6.4.2 Alquileres y dietas

El precio de alquiler de casa rural con dietas es de 20€ por persona al día. Por lo tanto, la previsión de gastos es la siguiente:

20 personas x 20 € x 3 noches = **1.200,00 € semanales**

Previsión de alquileres y dietas mensual: **4.800,00 €**

6.4.3 Material

Como he citado anteriormente, los gastos en mantenimiento, reparación y posición de material será de **800,00 € mensuales**.

6.4.4 Total

Gastos:

Sueldos: 5.644,8 € + Alquileres y dietas: 4.800,00 € + Material 800,00 € = **11.244,80€**

Devolución IVA: 21% de 19.360,00 € = **3.360,00 €**

Total a pagar: 14.604,80 €

Beneficios mensuales:

19.360,00 € - 14.604,80 € = 4.755,20 €

Beneficios anuales:

57.062,40 €

IRPF:

- 11.412,48 €

BENEFICIOS TOTALES:

45.649,12 € anuales

3.804,16 € mensuales