

Plan de empresa:
Creación de paginas webs
Portal de Coches, Motocicletas y Bicicletas

Jordi Bufí Caballero
Carlos Rincón Sánchez

Resumen del proyecto

Oportunidad de negocio

Hemos podido comprobar que actualmente hay pocas webs sobre automóviles donde el usuario tenga una relevancia importante. Existen muchas donde lo único que hace el usuario es leer lo que han escrito los autores de la web. Creemos que existe una necesidad de la gente para crear sus propios contenidos pero les es difícil hacerlo al no contar con una formación especializada que les permita crear sus propias paginas web.

Así les ofrecemos una web donde puedan hacerlo fácilmente y conseguimos una implicación muy grande con nuestros visitantes, que pueden leer tranquilamente lo que han hecho otros o implicarse y crear nuevos contenidos.

Usando una herramienta de Overture (una empresa de publicidad por Internet) que ofrece el número de búsquedas diarias podemos ver este numero para algunas palabras relacionadas con el motor:

Palabra	Búsquedas/día
car	74,609.7
new car	120,665.2
car rental	51,148.4
used car	29,586.4
ford	14,842.9
ford mustang	3,655.6
nissan	13,810.7
nissan skyline	3,959.7
nissan titan	1,339.2
ferrari	7,092.2
volkswagen	7,602.0
volkswagen beetle	854.9
audi	3,190.4
toyota	14,649.4
toyota supra	1,834.1
bmw	10,604.2
bmw m3	876.5

Descripción de la actividad

Desarrollaremos una web sobre coches. Los usuarios podrán añadir descripciones de sus automóviles preferidos, las fotos, links a otras paginas y opinar sobre ellos en los foros.

La idea del negocio surgió al comprobar que una cierta cantidad de usuarios de Internet y se sienten útiles haciendo comentarios y dando información a otros usuarios más inexpertos o que no han tenido la oportunidad de probar determinado modelo. De esta manera se puede conseguir una gran cantidad de información sin tener que invertir tiempo o dinero para crearlos personalmente, aunque hay que dedicarlo a comprobar lo se que ha añadido es correcto.

Podemos hacer una analogía con una revista: la nuestra sería una revista gratuita, donde todo el contenido es enviado por los lectores. Son también los propios lectores los que se encargan de valorar los contenidos e incluso de corregirlos. Esto que es impensable hacerlo en una revista tradicional es actualmente posible en Internet. El negocio estaría en alquilar ciertas paginas de la revista a empresas del sector para publicar allí sus anuncios.

El negocio se especializará en el campo de automoción y por tanto nuestros clientes serán las empresas del sector que pueden ofrecer productos a los visitantes interesados en este tema a

través de nuestra web. Además podremos utilizar la tecnología ya creada para más tarde lanzar dos nuevas líneas de proyecto relacionadas con las motocicletas y las bicicletas.

Nuestra empresa estará incluida en el sector de Publicidad ya que nuestros ingresos estarán basados principalmente en eso.

La actividad de la empresa no está iniciada, estamos esperando a acabar el plan de empresa para iniciarla y podernos beneficiar de las ventajas de Barcelona Activa y poder entrar en su vivero de empresas.

Descripción del servicio

El portal será como una revista electrónica de coches. Su nombre provisional es thewebaboutcars.com (la web de coches). No es un nombre corto, pero además de ser casi imposible hoy en día encontrar un nombre corto disponible es, creemos nosotros, original intentando destacar para que sea más fácil recordar.

Nuestro servicio principal será el alquiler de espacios en la web donde los anunciantes podrán poner publicidad y así ofrecer sus servicios a los miles de usuarios que navegaran por nuestras páginas.

Estos clientes podrían ser concesionarios, marcas de coches, vendedores de segunda mano, talleres, tiendas de accesorios, revistas de motor, etc. En resumen aquellos que ofrezcas servicios relacionados con el mundo del motor y les interese publicitarse ante una audiencia.

También crearemos un servicio de pago para los visitantes con funciones extra:

prioridad en la validación de los contenidos

programa avanzado de gestión de contenidos

posibilidad de ocultar los anuncios publicitarios

página personal del tipo <http://nombreUsuario.thewebaboutcars.com>

correo electrónico del tipo nombreUsuario@thewebaboutcars.com

Estos usuarios podrán pagar directamente a través de internet con tarjeta de crédito o vía PayPal.

Como servicio a los visitantes de la web les ofreceremos la posibilidad de participar activamente en la creación de los contenidos de esta y un foro donde poder intercambiar opiniones con los demás visitantes.

El acceso a la web será gratuito aunque se implementará un servicio de pago con extras. Como serán los usuarios los que añadirán los contenidos el numero de páginas ira en aumento con el tiempo, pero podemos prever tener un gran numero de paginas (miles) al final del tercer ejercicio.

Ver documentos adjuntos:

Mapas conceptuales

Diseño base de la portada.

Estrategia de marketing: público objetivo y posicionamiento

Aquí habría que diferenciar tres tipos de clientes, los anunciantes, los visitantes de la pagina y los intermediarios.

Las anunciantes serán empresas relacionadas con el motor, tenga presencia en Internet. Estas usaran nuestra pagina para promocionar sus productos ante gente ya interesada de antemano en el tema. Entre las empresas relacionadas con el motor podemos nombrar a fabricantes de automóviles, empresas de compraventa de coches usados, fabricantes de accesorios y repuestos para coches, aseguradoras y financieras.

En cuanto a los intermediarios, concretamente el servicio AdSense de google, le interesa páginas con una buena segmentación y temática clara, que tenga buena calidad, que no sean página

personales y acepta que estén en los siguientes idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, holandés, portugués, japonés o español. Prevedemos que los ingresos de los intermediarios sea de 70% del total. Aquí estamos incluyendo todos los ingresos de los anunciantes ya que los gestionan los intermediarios.

Los visitantes de la web será gente interesada en el motor, desde gente joven hasta gente más mayor (de 18 a 45 años principalmente), predominantemente del genero masculino (un 85%) y con un nivel adquisitivo medio alto. Estos ingresos serán el 30% del total.

Evolución del mercado

El estado de las punto com está claramente en una gran recuperación después de la gran crisis que tuvo.

El mercado actual no sólo se encuentra en constante aumento sino también en constante evolución, surgiendo día a día nuevos mercados e ideas.

Estas afirmaciones están basadas en estudios realizados recientemente que comentamos a continuación:

Según datos de un informe de eMarketer se espera que los servicios de soporte de equipamiento y redes conduzcan a un crecimiento internacional de la inversión en telecomunicaciones. También se espera que la inversión en líneas digitales aumente considerablemente el volumen de negocio de estas empresas. Mientras que en el 2003 la inversión global en telecomunicaciones fue de 2,089 billones de dólares, se espera que este año la inversión aumente hasta los 2,279 billones de dólares.

De acuerdo a un estudio de IDC el trafico de Internet se incrementará en un 93% desde el 2000 hasta el 2005.

Según Forrester Research (<http://www.forrester.com>) el gasto global en publicidad por Internet alcanzará los 33.000 millones de dólares en el 2004, un tercio de los cuales se gastará fuera de EEUU. Estos gastos se incrementarán a expensas de la inversión publicitaria en medios tradicionales.

Las ventas online crecieron entre un 20% y un 30% en el periodo navideño de 2002 respecto al de 2001, según Sachs/Harris/Nielsen.

Los estadounidenses gastaron 13.700 millones de dólares en compras online desde el 2 de noviembre hasta el 27 de diciembre de 2002. El comercio online creció, así, más del 20% en 2002, según datos de Sachs/Harris/Nielsen. Algunas compañías, incluso, aumentaron sus ventas a través de su site más de un 100%.

Los internautas en Estados Unidos se sienten más seguros hoy con las transacciones comerciales online que hace un año, según un estudio de Forrester, NFO y WorldGroup.

Más del 33% de los usuarios encuestados aseguran confiar en la Red como medio para hacer compras y operaciones monetarias. Son un 5,5% de internautas más que en 2001, según la citada investigación.

Respecto a la confianza que le genera Internet como medio para introducir información confidencial, el 25% lo considera un medio seguro. Un año antes, este porcentaje no superaba el 22%.

Los usuarios más veteranos no sólo visitan sus webs habituales. Según un estudio de Burst Media, siguen navegando en busca de nuevos sites.

Dos de cada tres internautas visitan a menudo nuevos sites. En porcentajes esto supone que el 63% de los usuarios no sólo frecuentan sus webs preferidas, de acuerdo con un estudio de Burst Media, llevado a cabo entre cerca de 5.000 internautas.

El 83,5% de los participantes en este estudio, cuatro de cada cinco, aseguran que actualmente visitan más sites nuevos que hace un año.

Esto significa que los usuarios maduros, después de un periodo más centrados en sus sites habituales, vuelven a interesarse por nuevos contenidos y posibilidades de la Red.

La situación en España es bastante similar, con mas crecimiento pero aun algo retrasado respecto a EEUU. Según la sexta encuesta de AIMC (asociación para la investigación de medios de comunicación) un 27,8% (noviembre 2003) de la población es usuaria de internet, un 5,2% mas que el año anterior (22,6% noviembre 2002), mientras que hace dos años era de 21,2 (noviembre 2001). Así parece que después de un crecimiento moderado este ultimo año ha crecido más rápidamente.

Según la AIMC los internautas españoles hacen un uso frecuente de internet, un 38% varias veces al día y un 30% casi todos los días principalmente desde casa o desde el trabajo en la misma proporción. Un 99,2 lo hace desde un ordenador y un 14 desde su teléfono móvil. Se impone el uso de tarifa plana, predominantemente con ADSL con un 42,8% frente un 35,5% de la línea telefónica convencional. El tiempo medio de conexión es muy alto, siendo de 15-30 un 5,7%, de 30-1h un 11,2%, de 1h-2h un 19,9%, de 2-4h un 18,6%, de 4-8h un 9,8% y más de 8h un 8,5%.

Centrándonos en las características socio-demográficas, tenemos que un 71% son hombres y un 29% son mujeres. Un 10,9% son menores de 20, 23,1% de 20-24, 38,7% de 25-34, 17,2% de 35-44, 7,4% de 45-54 y un 2,6 mayores de 55. Un 12,5% trabaja por cuenta propia, un 53,5% por cuenta ajena, un 26,9% es estudiante y un 7% se dedica a labores de casa o esta parado o retirado. Finalmente un 10% dispone solo de enseñanza primaria, un 43,3% enseñanza secundaria y un 45,9% estudios universitarios.

Ventajas del servicio respecto a la competencia

Al contrario que los portales del motor que se basan en artículos creados por editores en plantilla nosotros no los necesitaremos al ser el propio visitante el que aporte esa información.

De esta manera nos ahorramos los sueldos de esos editores y además los usuarios se implicarán mucho mas en la web al comprobar que sus artículos son incorporados al portal y lo verán como algo suyo.

Como contrapartida no se puede crear un acceso de pago restringiendo los contenidos a los usuarios que no se abonen al servicio ya que les estaríamos haciendo pagar por algo que ellos mismos han creado.

Comparándonos con **supercars.net** ellos añaden sus propios contenidos y los usuarios solo pueden participar en los foros. Esto hace que el todo el contenido sea de calidad pero proporciona poca implicación de los visitantes. Además necesitan tiempo para obtener y añadir esos contenidos. Por nuestra parte los usuarios tendrían casi una libertad total a la hora de añadir los contenidos lo cual crea una implicación mayor y solo es necesario controlar y validar esos contenidos.

Km77.com se basa en el mismo modelo que **supercars.net** pero esta mas enfocada hacia los coches normales mientras que **supercars** lo hace con coches de gama muy alta. Nuestra página puede abarcar todo tipo de coches.

Forocoches.com se basa mas en la participación de los visitantes. Hay gente que esta muy implicada y publica en el foro sus artículos, fotos sobre nuevos modelos, etc. También hay mucha gente que participa en los foros con una implicación menor, comentando los artículos de los otros visitantes. En nuestra web la idea es muy similar pero otorgando unas herramientas más potentes y fáciles de usar a los usuarios y premiando a la gente con mayor implicación.

Estrategia de desarrollo del proyecto

Para reforzar nuestros puntos fuertes realizaremos una formación continuada en las tecnológicas del sector, no gastaremos mas de lo que se ingresa y aprovecharemos la infraestructura ya creada para llegar a otros mercados.

Los puntos débiles se intentaran solucionar asistiendo a cursos de formación empresarial, realizando una reinversión de los beneficios principalmente con nuevos trabajadores y con el ajuste constante de las previsiones según las nuevas situaciones que nos encontremos.

Aprovecharemos nuestras oportunidades conociendo los mejores proveedores internacionales y estudiando la migración a sus servicios y traduciendo la web al máximo número de lenguas posibles que sean rentables.

Por último, haremos frente a las amenazas vigilando a la competencia y asimilando nuevas ideas, con una buena relación calidad/precio y profesionalidad a la hora de cumplir los compromisos con los clientes y los visitantes.

Resumen económico del proyecto

La **inversión inicial** es de 4.600,00 financiada en:

4.600,00 por recursos propios.
0 por recursos externos.

El plan financiero muestra todas las **previsiones a 3 años**. Las previsiones de **ingresos** para los 3 primeros años serán de:

44.431,09 el primer año.
124.390,20 el segundo año.
211.569,00 el tercer año.

y las previsiones de **beneficios/pérdidas** serán de

14.369,29 el primer año.
35.324,84 el segundo año.
63.867,06 el tercer año.

El **punto de equilibrio**, considerando que la retribución de la emprendedora es un gasto fijo, se alcanzaría con **2.505,15...**

Se calcula que la **recuperación de la inversión** se producirá en 1 años.

Presentación del equipo promotor

Jordi Buffí y Carlos Rincón. Hemos sido compañeros de universidad durante toda la carrera de informática.

Tanto Jordi como Carlos son webmasters, el primero mas especializado en el e-marketing e ingeniería social y el segundo en la programación.

Los dos seremos socios trabajadores y aportaremos al iniciar la empresa un Capital social de 600

Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Buff

€ y una aportación de los socios de 4000€. Estos dos conceptos los pagaremos entre los dos a partes iguales.

Llevamos mas de 3 años trabajando en la misma actividad por lo que tenemos suficiente experiencia para afrontar con mas seguridad nuestra empresa. Asimismo hemos conseguido algunos contactos con varios profesionales de este sector con los que podremos intercambiar enlaces para promocionar nuestro sitio web o incluso llegar a acuerdos comerciales ofreciendoles nuestro espacio de publicidad para anunciar sus productos o páginas web. Algunos ejemplos serían zonatuning.com, forocoche.com y spiderchat.org

Nuestro objetivo es llegar a tener una empresa de referencia en el mundo del sector del automóvil por Internet

Indice

1. Presentación

- 1.1. Definición del negocio**
- 1.2. Descripción del equipo promotor**

2. Marketing

- 2.1. Servicio**
- 2.2. Mercado**
- 2.3. Competencia**
- 2.4. Precio**
- 2.5. Promoción**
- 2.6. Previsiones de ventas**

3. Producción y calidad

- 3.1. Prestación del servicio**
- 3.2. Calidad**
- 3.3. Equipos e infraestructura**
- 3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente**

4. Organización y gestión

- 4.1. Planificación y temporalización**
- 4.2. Organización**
- 4.3. Gestión de personal**

5. Jurídico-fiscal

- 5.1. Determinación de la forma jurídica**
- 5.2. Aspectos laborales del emprendedor**
- 5.3. Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores**
- 5.4. Obligaciones fiscales**
- 5.5. Permisos, licencias y documentación oficial**
- 5.6. Cobertura de responsabilidades**
- 5.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros**

6. Económico-financiera

- 6.1. Sistema de cobros y pagos**
- 6.2. Resumen de los datos económicos más relevantes**

7. Valoración

- 7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles**

1. Presentación

1.1. Definición del negocio

Actividad

Desarrollaremos una web sobre coches. Los usuarios podrán añadir descripciones de sus automóviles preferidos, las fotos, links a otras paginas y opinar sobre ellos en los foros.

La idea del negocio surgió al comprobar que una cierta cantidad de usuarios de Internet y se sienten útiles haciendo comentarios y dando información a otros usuarios más inexpertos o que no han tenido la oportunidad de probar determinado modelo. De esta manera se puede conseguir una gran cantidad de información sin tener que invertir tiempo o dinero para crearlos personalmente, aunque hay que dedicarlo a comprobar lo se que ha añadido es correcto.

Podemos hacer una analogía con una revista: la nuestra sería una revista gratuita, donde todo el contenido es enviado por los lectores. Son también los propios lectores los que se encargan de valorar los contenidos e incluso de corregirlos. Esto que es impensable hacerlo en una revista tradicional es actualmente posible en Internet. El negocio estaría en alquilar ciertas paginas de la revista a empresas del sector para publicar allí sus anuncios.

El negocio se especializará en el campo de automoción y por tanto nuestros clientes serán las empresas del sector que pueden ofrecer productos a los visitantes interesados en este tema a través de nuestra web. Además podremos utilizar la tecnología ya creada para más tarde lanzar dos nuevas líneas de proyecto relacionadas con las motocicletas y las bicicletas.

Nuestra empresa estará incluida en el sector de Publicidad ya que nuestros ingresos estarán basados principalmente en eso.

La actividad de la empresa no está iniciada, estamos esperando a acabar el plan de empresa para iniciarla y podernos beneficiar de las ventajas de Barcelona Activa y poder entrar en su vivero de empresas.

Para obtener viabilidad desde el principio crearemos webs para otras empresas, mientras desarrollamos a la vez el portal de coches. Ahora mismo estamos finalizando una y ya tenemos mas encargos.

Oportunidad de negocio

Hemos podido comprobar que actualmente hay pocas webs sobre automóviles donde el usuario tenga una relevancia importante. Existen muchas donde lo único que hace el usuario es leer lo que han escrito los autores de la web. Creemos que existe una necesidad de la gente para crear sus propios contenidos pero les es difícil hacerlo al no contar con una formación especializada que les permita crear sus propias paginas web.

Así les ofrecemos una web donde puedan hacerlo fácilmente y conseguimos una implicación muy grande con nuestros visitantes, que pueden leer tranquilamente lo que han hecho otros o implicarse y crear nuevos contenidos.

Usando una herramienta de Overture (una empresa de publicidad por Internet) que ofrece el número de búsquedas diarias podemos ver este numero para algunas palabras relacionadas con el motor:

Palabra	Búsquedas/día
car	74,609.7
new car	120,665.2
car rental	51,148.4
used car	29,586.4

ford	14,842.9
ford mustang	3,655.6
nissan	13,810.7
nissan skyline	3,959.7
nissan titan	1,339.2
ferrari	7,092.2
volkswagen	7,602.0
volkswagen beetle	854.9
audi	3,190.4
toyota	14,649.4
toyota supra	1,834.1
bmw	10,604.2
bmw m3	876.5

1.2. Descripción del equipo promotor

Equipo

Jordi Bufí y Carlos Rincón. Hemos sido compañeros de universidad durante toda la carrera de informática.

Tanto Jordi como Carlos son webmasters, el primero más especializado en el e-marketing e ingeniería social y el segundo en la programación.

Los dos seremos socios trabajadores y aportaremos al iniciar la empresa un Capital social de 600 € y una aportación de los socios de 4.000€. Estos dos conceptos los pagaremos entre los dos a partes iguales.

Llevamos más de 3 años trabajando en la misma actividad por lo que tenemos suficiente experiencia para afrontar con más seguridad nuestra empresa. Asimismo hemos conseguido algunos contactos con varios profesionales de este sector con los que podremos intercambiar enlaces para promocionar nuestro sitio web o incluso llegar a acuerdos comerciales ofreciéndoles nuestro espacio de publicidad para anunciar sus productos o páginas web. Algunos ejemplos serían zonatuning.com, forocoches.com y spiderchat.org

Nuestro objetivo es llegar a tener una empresa de referencia en el mundo del sector del automóvil por Internet

Formación y experiencia

Carlos Rincón:

Diplomado en informática de sistemas

4 años como diseñador y programador de páginas web

Especialista en programación con LAMP (Linux, apache, mysql y php)

Conocimientos medios de optimización de buscadores. Conocimientos básicos de usabilidad.

Jordi Bufí:

Diplomado en informática de sistemas

4 años como diseñador y programador de páginas web

Especialista en e-marketing

Conocimientos medios de optimización de buscadores. Conocimientos básicos de accesibilidad.

Creemos que en estos 3 años que llevamos trabajando como autónomos en este sector hemos conseguido la experiencia necesaria para dar el salto definitivo y crear una empresa que nos permita contar con más recursos (sobre todo humanos) para afrontar con garantías los nuevos retos.

Se puede consultar el curriculum vitae de los promotores adjunto al plan.

2. Marketing

2.1. Servicio

Descripción del servicio

El portal será como una revista electrónica de coches. Su nombre provisional es thewebaboutcars.com (la web de coches). No es un nombre corto, pero además de ser casi imposible hoy en día encontrar un nombre corto disponible es, creemos nosotros, original intentando destacar para que sea más fácil recordar.

Nuestro servicio principal será el alquiler de espacios en la web donde los anunciantes podrán poner publicidad y así ofrecer sus servicios a los miles de usuarios que navegaran por nuestras páginas.

Estos clientes podrían ser concesionarios, marcas de coches, vendedores de segunda mano, talleres, tiendas de accesorios, revistas de motor, etc. En resumen aquellos que ofrezcas servicios relacionados con el mundo del motor y les interese publicitarse ante una audiencia.

También crearemos un servicio de pago para los visitantes con funciones extra:

prioridad en la validación de los contenidos

programa avanzado de gestión de contenidos

posibilidad de ocultar los anuncios publicitarios

página personal del tipo <http://nombreUsuario.thewebaboutcars.com>

correo electrónico del tipo nombreUsuario@thewebaboutcars.com

Estos usuarios podrán pagar directamente a través de internet con tarjeta de crédito o via PayPal.

Como servicio a los visitantes de la web les ofreceremos la posibilidad de participar activamente en la creación de los contenidos de esta y un foro donde poder intercambiar opiniones con los demás visitantes.

El acceso a la web será gratuito aunque se implementará un servicio de pago con extras. Como serán los usuarios los que añadirán los contenidos el numero de páginas ira en aumento con el tiempo, pero podemos prever tener un gran numero de paginas (miles) al final del tercer ejercicio.

Ver documentos adjuntos:

Mapas conceptuales

Diseño base de la portada.

También realizaremos al principio páginas web para otras empresas para asegurar la viabilidad económica el principio de nuestra actividad.

Necesidades

Existen multitud de empresas en Internet que necesitan publicitar sus productos en Internet. Estas contratan a un intermediario para que se encargue de contratar espacios webs. Entonces el intermediario se muestra los anuncios según la temática requerida por el anunciante entre los espacios web que gestiona.

Si vemos que el proyecto sale adelante aprovecharemos la experiencia adquirida para crear otros portales sobre vehículos tales como motocicletas, ciclomotores y bicicletas.

Actualmente existen una gran oferta de espacios web dedicados a la publicidad pero que ofrecen un rendimiento muy limitado debido a la poca especialización. Así ofrecemos una mayor rentabilidad de esos anuncios al ofrecerlos a visitantes interesados en ese tema.

Nos centraremos únicamente en empresas que ya tengan presencia en internet debido principalmente a que son las mas interesadas en promocionarse por este medio y por que para que sea efectivo un anuncio en una pagina web ha de llevar a otra pagina donde se muestra mas información que suele ser la del anunciante.

Aspectos diferenciales

De nuestro servicio destacaríamos la alta especialización y segmentación del mercado respecto a nuestros anunciantes y la posibilidad de añadir nuevos contenidos por parte de los visitantes de la pagina.

Otro aspecto diferencial es la inclusión de los contenidos por parte de los visitantes, lo que permite tener mucho contenido y de manera barata aunque es igualmente necesario dedicar algo de tiempo de supervisión. Además esto hace que los usuarios tomen el portal como algo suyo, con lo que se consigue mucha publicidad gratis gracias a boca a boca. Una el portal consiga muchos usuarios la actualización de contenidos será constante, incluso los propios usuarios ayudarán a la supervisión y la contrastación de los contenidos.

Nuevos servicios

Si vemos que el proyecto sale adelante aprovecharemos la experiencia adquirida para crear otros portales sobre vehículos tales como motocicletas, ciclomotores y bicicletas. El programa para gestionar de la pagina web de coches estará especialmente diseñado para su portabilidad, y así conseguir que sea relativamente fácil usarlo para contenidos diferentes.

Otro servicio sería el de vender este contenido a terceras empresas, según unos parámetros establecidos por cantidad de información proveída y tiempo de renovación de la misma. Así se les ofrecería un "pack" con los contenidos del portal para que ellos lo puedan usar en su web, hacer un CD interactivo, para una revista, etc. De todas maneras sería algo a largo plazo, una vez tengamos mucho contenido de alta calidad.

También podríamos llegar a ofrecer un merchandising con productos relacionados con la web, tales como camisetas y posters de coches.

Otra línea futura de producto sería incluir en la página web una tienda on-line de productos relacionados con el sector (accesorios, revistas, recambios), pero en un principio lo descartamos por su alta inversión necesaria y debido a que le estaríamos haciendo competencia a posibles clientes compradores de publicidad.

Además con el nuevo equipo de trabajo las posibilidades de incorporar nuevos servicios o nuevas utilidades en la página web se verán aumentadas en gran medida, tanto por posibilidad de dedicarle más trabajo como por posibilidad de añadirle nuevas funcionalidades ideadas por los trabajadores.

2.2. Mercado

Ámbito geográfico

Nuestros servicios serán en Internet, y al ser principalmente publicidad no tiene mucho sentido plantearse el lugar físico donde se ofrece el servicio. De todas maneras al ser nuestras paginas principalmente en ingles y castellano, el ámbito geográfico predominante serán aquellas zonas donde sea común estas lenguas, América, España y Gran Bretaña.

Público objetivo

Aquí habría que diferenciar tres tipos de clientes, los anunciantes, los visitantes de la pagina y los intermediarios.

Las anunciantes serán empresas relacionadas con el motor, tenga presencia en Internet. Estas usaran nuestra pagina para promocionar sus productos ante gente ya interesada de antemano en el tema. Entre las empresas relacionadas con el motor podemos nombrar a fabricantes de automóviles, empresas de compraventa de coches usados, fabricantes de accesorios y repuestos para coches, aseguradoras y financieras.

En cuanto a los intermediarios, concretamente el servicio AdSense de google, le interesa páginas con una buena segmentación y temática clara, que tenga buena calidad, que no sean página personales y acepta que estén en los siguientes idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, holandés, portugués, japonés o español. Preveemos que los ingresos de los intermediarios sea de 70% del total. Aquí estamos incluyendo todos los ingresos de los anunciantes ya que los gestionan los intermediarios.

Los visitantes de la web será gente interesada en el motor, desde gente joven hasta gente más mayor (de 18 a 45 años principalmente), predominantemente del genero masculino (un 85%) y con un nivel adquisitivo medio alto. Estos ingresos serán el 30% del total.

Cliente y consumidor

Podemos diferenciar claramente los clientes, el intermediario y los usuarios.

Estos clientes serán las empresas que quieran vender sus servicios o productos a los usuarios de nuestro portal, por ejemplo un cliente podría ser una revista on-line de coches que venda suscripciones a través de nuestra web.

El intermediario comprará nuestro servicio y lo revenderá a una empresa que quiera publicitarse. En nuestro caso usaremos el servicio de Google AdSense que consideramos es el mejor actualmente, por los precios que ofrece, por el tipo de anuncios (no son imágenes) y por la gran cantidad de anunciantes que tiene. Podríamos nombrar a otros intermediarios como Overture, LookListings de LookSmart, Espotting Media y ValueClick.

Los visitantes de nuestra pagina verán su publicidad y le comprarán si están interesados en sus productos o servicios. Además los usuarios también podrán contratarnos un servicio de pago con ventajas extra.

Situación del mercado

El estado de las punto com esta claramente en una gran recuperación después de la gran crisis que tuvo.

El mercado actual no sólo se encuentra en constante aumento sino también en constante evolución, surgiendo día a día nuevos mercados e ideas.

Estas afirmaciones están basadas en estudios realizados recientemente que comentamos a continuación:

Según datos de un informe de eMarketer se espera que los servicios de soporte de equipamiento y redes conduzcan a un crecimiento internacional de la inversión en telecomunicaciones. También se espera que la inversión en líneas digitales aumente considerablemente el volumen de negocio de estas empresas. Mientras que en el 2003 la inversión global en telecomunicaciones fue de 2,089 billones de dólares, se espera que este año la inversión aumente hasta los 2,279 billones de dólares.

De acuerdo a un estudio de IDC el trafico de Internet se incrementará en un 93% desde el 2000 hasta el 2005.

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Buffí

Según Forrester Research (<http://www.forrester.com>) el gasto global en publicidad por Internet alcanzará los 33.000 millones de dólares en el 2004, un tercio de los cuales se gastará fuera de EEUU. Estos gastos se incrementarán a expensas de la inversión publicitaria en medios tradicionales.

Las ventas online crecieron entre un 20% y un 30% en el periodo navideño de 2002 respecto al de 2001, según Sachs/Harris/Nielsen.

Los estadounidenses gastaron 13.700 millones de dólares en compras online desde el 2 de noviembre hasta el 27 de diciembre de 2002. El comercio online creció, así, más del 20% en 2002, según datos de Sachs/Harris/Nielsen. Algunas compañías, incluso, aumentaron sus ventas a través de su site más de un 100%.

Los internautas en Estados Unidos se sienten más seguros hoy con las transacciones comerciales online que hace un año, según un estudio de Forrester, NFO y WorldGroup.

Más del 33% de los usuarios encuestados aseguran confiar en la Red como medio para hacer compras y operaciones monetarias. Son un 5,5% de internautas más que en 2001, según la citada investigación.

Respecto a la confianza que le genera Internet como medio para introducir información confidencial, el 25% lo considera un medio seguro. Un año antes, este porcentaje no superaba el 22%.

Los usuarios más veteranos no sólo visitan sus webs habituales. Según un estudio de Burst Media, siguen navegando en busca de nuevos sites.

Dos de cada tres internautas visitan a menudo nuevos sites. En porcentajes esto supone que el 63% de los usuarios no sólo frecuentan sus webs preferidas, de acuerdo con un estudio de Burst Media, llevado a cabo entre cerca de 5.000 internautas.

El 83,5% de los participantes en este estudio, cuatro de cada cinco, aseguran que actualmente visitan más sites nuevos que hace un año.

Esto significa que los usuarios maduros, después de un periodo más centrados en sus sites habituales, vuelven a interesarse por nuevos contenidos y posibilidades de la Red.

La situación en España es bastante similar, con mas crecimiento pero aun algo retrasado respecto a EEUU. Según la sexta encuesta de AIMC (asociación para la investigación de medios de comunicación) un 27,8% (noviembre 2003) de la población es usuaria de internet, un 5,2% mas que el año anterior (22,6% noviembre 2002), mientras que hace dos años era de 21,2 (noviembre 2001). Así parece que después de un crecimiento moderado este ultimo año ha crecido más rápidamente.

Según la AIMC los internautas españoles hacen un uso frecuente de internet, un 38% varias veces al día y un 30% casi todos los días principalmente desde casa o desde el trabajo en la misma proporción. Un 99,2 lo hace desde un ordenador y un 14 desde su teléfono móvil. Se impone el uso de tarifa plana, predominantemente con ADSL con un 42,8% frente un 35,5% de la línea telefónica convencional. El tiempo medio de conexión es muy alto, siendo de 15-30 un 5,7%, de 30-1h un 11,2%, de 1h-2h un 19,9%, de 2-4h un 18,6%, de 4-8h un 9,8% y más de 8h un 8,5%.

Centrándonos en las características socio-demográficas, tenemos que un 71% son hombres y un 29% son mujeres. Un 10,9% son menores de 20, 23,1% de 20-24, 38,7% de 25-34, 17,2% de 35-44, 7,4% de 45-54 y un 2,6 mayores de 55. Un 12,5% trabaja por cuenta propia, un 53,5% por cuenta ajena, un 26,9% es estudiante y un 7% se dedica a labores de casa o esta parado o retirado. Finalmente un 10% dispone solo de enseñanza primaria, un 43,3% enseñanza secundaria y un 45,9% estudios universitarios.

2.3. Competencia

Descripción de la competencia

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Bufí

En el campo del motor online existen bastantes alternativas tradicionales, a nivel internacional esta supercars.net especializado en supercoches, a nivel nacional esta km77.com que hace artículos sobre todo tipo de coches y forocoches que se aproxima mas a nuestra idea donde los usuarios de los foros aportan su contenido.

Estas tres páginas web representan el modelo de competencia que podemos tener pero hay muchas más páginas web que puede hacernos la competencia, tanto webs específicas sobre coches como portales de Internet que tratan el tema en alguna de sus secciones.

Globalmente existe una gran cantidad de portales de motor, sobretodo basadas en el modelo tradicional a imitación de las revistas de papel. Mirando en el directorio de Google (basado en DMOZ.org) podemos ver que tiene en el apartado **Auto 11.399** entradas de las cuales podemos destacar:

Directorio	Nº de webs	(en castellano)
Consumer Information	1.082	información al consumidor
Parts and Accessories Shopping	3.375	venta de partes y accesorios
Enthusiasts	1.723	Entusiastas
Racing	6.296	Carreras
Directories	32	Directorios
Magazines and E-zines	138	revistas y revistas electrónicas
Buyers Guides	859	guías de compras

Centrándonos en los tipos de competidores comentados anteriormente tenemos que:

Supercars.net basa su modelo de negocio en la publicidad y en el acceso a contenidos extra de pago. Tiene editores que son los que publican los artículos y las fotos y cuenta con un foro donde los usuarios pueden dar sus opiniones sobre los coches. Esta web tiene sobre unas 45.000 visitas diarias. Supercars.net esta en ingles, con lo que tiene un mercado más amplio. También dispone de un servicio de pago donde los usuarios tienen algunas pequeñas ventajas, como ver mas fotos de cada coche.

Km77 basa su modelo de negocio en lo mismo, publicidad mas contenido adicional de pago, fotos, artículos extra, etc. También cuenta en su plantilla con editores que crean los artículos y que prueban los coches. Los visitantes tienen a su disposición de un foro muy sencillo. Esta web tiene sobre unas 15.000 visitas diarias.

Forocoches.com es simplemente un foro sobre coches donde los usuarios hablan sobre todo tipo de temas relacionados con los automóviles y además hacen algunos reportajes sobre sus coches preferidos o sobre coches que han probado. Esta web tiene sobre unas 20.000 visitas diarias. Hay que destacar que esta web fue creada hace menos de un año, el 15 de junio del 2003 teniendo un notable éxito debido, creemos nosotros, a la participación activa de los visitantes. Tiene 20.000 usuarios registrados (registro gratuito), 1,225,692 mensajes en el foro, 16,952 Fotos, con medias de 500 usuarios conectados a la vez y picos de 900 usuarios.

Comparación con la competencia

Al contrario que los portales del motor que se basan en artículos creados por editores en plantilla nosotros no los necesitaremos al ser el propio visitante el que aporte esa información.

De esta manera nos ahorramos los sueldos de esos editores y además los usuarios se implicarán mucho mas en la web al comprobar que sus artículos son incorporados al portal y lo verán como algo suyo.

Como contrapartida no se puede crear un acceso de pago restringiendo los contenidos a los usuarios que no se abonen al servicio ya que les estaríamos haciendo pagar por algo que ellos mismos han creado.

Comparándonos con **supercars.net** ellos añaden sus propios contenidos y los usuarios solo

pueden participar en los foros. Esto hace que el todo el contenido sea de calidad pero proporciona poca implicación de los visitantes. Además necesitan tiempo para obtener y añadir esos contenidos. Por nuestra parte los usuarios tendrían casi una libertad total a la hora de añadir los contenidos lo cual crea una implicación mayor y solo es necesario controlar y validar esos contenidos.

Km77 se basa en el mismo modelo que supercars.net pero esta mas enfocada hacia los coches normales mientras que supercars lo hace con coches de gama muy alta. Nuestra página puede abarcar todo tipo de coches.

Forocoches.com se basa mas en la participación de los visitantes. Hay gente que esta muy implicada y publica en el foro sus artículos, fotos sobre nuevos modelos, etc. También hay mucha gente que participa en los foros con una implicación menor, comentando los artículos de los otros visitantes. En nuestra web la idea es muy similar pero otorgando unas herramientas más potentes y fáciles de usar a los usuarios y premiando a la gente con mayor implicación.

2.4. Precio

Variables para la fijación del precio

Como usaremos un intermediario para que gestione nuestros anuncios (el servicio AdSense de google) nosotros no podremos influir directamente en la determinación del precio.

Aun así sí existe alguna manera indirecta de determinar un poco el precio. Primero veamos como lo hace google:

Google muestra en orden decreciente los anuncios según el precio que se le pague por clic. Así si un anunciante quiere salir arriba ha de pagar más que los otros. En el caso que haya pocos anunciantes el precio suele ser bajo incrementándose según el numero de competidores. Se podría decir que es una subasta dinámica donde el producto nunca se acaba.

Los anunciantes pagan por cada clic que hacen los visitantes de google en su anuncio al salir en las búsquedas de las palabras. Así por ejemplo pueden pagar x cantidad por salir en los anuncios cuando un usuario busca la palabra "coches", o una cantidad diferente por "coches de ocasión".

Con el servicio AdSense google pone sus anuncios en webs que no son suyas pagando un porcentaje de sus ganancias. Los anuncios son mostrados dependiendo de lo que el sistema de google crea que hay en la pagina.

Así podemos concluir que si se paga más por "coches usados" que por "coches nuevos" seria conveniente que si tenemos una sección de coches usados el sistema de google pueda determinar con éxito la temática de esa pagina.

Determinación del precio

Como hemos dicho en las variables de fijación del precio no tenemos un control directo sobre el precio de los clics.

Aún así, creemos que es lo mejor opción, ya que google suele ofrecer mejores precios que los que se podrían obtener negociando directamente con los clientes debido al gran volumen de anuncios que puede mostrar y a la enorme competencia que existe entre los anunciantes para estar el primero en los resultados de las búsquedas.

El precio medio que cobraremos con el AdSense (el servicio de google) será de unos 0,2 € por cada clic que haga un usuario y, aunque es un precio variable según el anuncio mostrado y la temática de la página, hemos preferido establecer este precio como referencia.

Otra fuente de ingresos será el servicio "premium" de pago con un precio bajo mensual que va decreciendo a medida que se contratan mas meses a la vez.

Un mes: 5€

6 meses: 25€

1 año: 45€

2.5. Promoción

Instrumentos de comunicación

Los dos métodos más importantes son:

Promoción en buscadores: Aquí hay que contar con la optimización de las paginas web en los buscadores y la inclusión en directorios web como Google, Yahoo, DMoz o Altavista. Esta inclusión es gratuita y la optimización la haremos nosotros ya que tenemos experiencia en el tema. La optimización no es una ciencia, además de que cada buscador tiene sus peculiaridades.

Principalmente no centraremos en la optimización para Google, aunque eso también ayuda para los otros. De manera resumida podemos decir que lo mas importante es tener enlaces a nuestras paginas con las palabras clave de nuestro interés y mucho contenido de calidad actualizado periódicamente.

Boca a boca: Esto se consigue consiguiendo la satisfacción del cliente que recomendará algo que le ha gustado a sus amigos y conocidos. Para ayudar a este fenómeno implementaremos un sistema de recomendación en la web, donde el usuario pone un email de un amigo y se le envía automáticamente un correo de recomendación. Lo mismo haremos para que se puedan enviar las fotos, y así, si al amigo esta interesado visite la página por más.

En principio no se destinará ninguna partida presupuestaria a la inclusión de pago en buscadores ni en publicidad.

Con nuestro modelo de negocio de bajos costes no es necesario hacer ninguna inversión publicitaria a corto plazo como en el modelo tradicional. Si el producto (en este caso la página) es bueno, en mucho mas fácil destacar en Internet que en la vida real usando lo comentado anteriormente y sin invertir en publicidad. La afluencia de usuarios será menor al principio que realizando una gran inversión en publicidad pero los bajos costes nos permiten esperar mas tiempo a que la página triunfe. Además se puede combinar con otros proyectos al principio, como realizar páginas web para otras empresas.

2.6. Previsiones de ventas

Previsiones de ventas anuales

Los precios pueden variar según la temática y la empresa intermediaria de publicidad, pero actualmente en el producto AdSense de google seria:

Estimamos que podemos conseguir 10000 visitas diarias y 12 paginas vistas por usuario al día al final del primer año. Esta estimación se basa en nuestra propia experiencia y en el estudio de la competencia.

Un CRT* de aproximadamente 0,5% y un precio por clics de 0,18 € y 12 paginas vistas por visitantes serian:

10.000 visitas día * 12 paginas por usuario = 120.000 veces mostrados los anuncios

120.000 impresiones * 0,005 clics por impresión = 600 clics

600 clics * 0,2 precio el clic = 120 € diarios

600 * 30 = 18.000 clics mensuales

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Bufí

$120 * 30 = 3.600$ € mensuales

Para el segundo ejercicio y tercer ejercicio las cifras serían:

16.000 visitas/día y 5.760€ mensuales

20.000 visitas/día y 7.200€ mensuales

Además a mitad del primer año sería posible comenzar un nuevo proyecto relacionado con las motos reutilizando el trabajo anterior. Un mes después empezaremos con un tercer proyecto sobre bicicletas utilizando el proceso anterior.

Previsión de ventas del portal de motos para el primer, segundo y tercer ejercicio:

(cálculos resumidos siguiendo los mismos razonamientos que antes)

5.000 visitas/día, 9.000 clics mensuales, 1.800€ mensuales primer año

11.000 visitas/día, 19.800 clics mensuales, 3.960€ mensuales segundo año

15.000 visitas/día, 27.000 clics mensuales, 5.400€ mensuales tercer año

Previsión de ventas del portal de bicicletas para el primer, segundo y tercer ejercicio:

(cálculos resumidos siguiendo los mismos razonamientos que antes)

2.000 visitas/día, 3.600 clics mensuales, 540€ mensuales primer año

5.000 visitas/día, 9.000 clics mensuales, 1350€ mensuales segundo año

9.000 visitas/día, 16200 clics mensuales, 2430€ mensuales tercer año

*CRT: proporción clics anuncios vistos

**Impresiones: Numero de veces visto por un usuario un anuncio.

La previsión de ventas del servicio de pago es la siguiente:

Para unas 10.000 visitas diarias podemos prever unos 2.500 usuarios registrados el primer año, el segundo año 6.000 usuarios y el tercer año 15.000 usuarios registrados. Esta aproximación esta hecha basándose en el estudio de la competencia. Por ejemplo podemos ver que forocoches tiene 20.000 usuarios registrados en un solo año con unas 20.000 visitas, pero hemos preferido hacer una estimación a la baja. Además hemos considerado un aumento no lineal ya que mientras más usuarios haya, mejores contenidos habrá y más razones para darse de alta.

Si un 5% de estos usuarios son usuarios de pago, contando que habrá usuarios que permanezcan mucho tiempo y otros que se den de baja al poco tiempo, tenemos:

2.500 usuarios * $0,05 = 125$ usuarios de pago al final del primer año

6.000 usuarios * $0,05 = 300$ usuarios de pago al final del segundo año

15000 usuarios * $0,05 = 750$ usuarios de pago al final del tercer año

La cifra de un 5% esta basada en una previsión a la baja basándose en nuestra experiencia previa en otras webs.

Para no complicar mucho los cálculos usaremos el precio mas bajo, correspondiente a los 45€ al año, que son 3,75€ al mes. Con esta cifra tenemos los siguientes ingresos mensuales:

125 usuarios * $3,75€$ al mes = $468,75€$ al mes en el primer año

300 usuarios * $3,75€$ al mes = $1125€$ al mes en el segundo año

750 usuarios * $3,75€$ al mes = $2812,5€$ al mes en el tercer año

Estos cálculos están basados en la web sobre coches, para la web de motos y la de bicicletas sería (cálculos resumidos siguiendo los mismos razonamientos que antes):

Portal de motos:

62 usuarios y 234,375€ primer año

225 usuarios y 843,75€ segundo año

562 usuarios y 2107,5€ tercer año

Portal de bicicletas:

56 usuarios y 210€ primer año

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón
– Jordi Bufí

135 usuarios y 506,25€ segundo año
337 usuarios y 1263,75€ tercer año

Creación de Páginas web para otras empresas:

1 proyecto al mes de 2500€.

Empezaremos dedicando gran parte del tiempo de manera decreciente los primeros 6 meses.

3. Producción y calidad

3.1. Prestación del servicio

Proceso de prestación del servicio

Servicio publicitario:

Al usar el servicio de google AdSense no seremos principalmente los que busquen anunciantes y hablen con ellos.

De todas formas no descartamos hablar de manera puntual directamente con los anunciantes. Para eso en el portal habrá siempre un link a una pagina de contacto donde pondremos nuestro teléfono, mail y un formulario de contacto. Allí explicaremos las ventajas de anunciarse con nosotros así como las condiciones del servicio incluyendo los precios.

En el formulario de contacto pediremos el nombre de la empresa, su teléfono, actividad, persona de contacto, su mail y su pagina web en caso de contacto. Una vez el cliente haya enviado el formulario nos pondremos personalmente en contacto con ellos para intentar venderles nuestros servicios.

Se llegará a un acuerdo con el cliente de los servicios a prestar y de su precio que se pagará por adelantado. Una vez efectuado el cobro usando un programa gestor de los anuncios se prestará el servicio hasta el fin del periodo acordado.

Servicio a los usuarios - Revista Online de Coches (y motos y bicis)

Según el punto de vista de los servicios prestados a los usuarios podemos decir que existirán diversos tipos de usuarios:

Usuarios anónimos: Pueden navegar por toda la web pero no pueden añadir nuevos contenidos, ni valorar a otros usuarios.

Usuarios registrados: Igual que los anónimos y además pueden añadir nuevos contenidos y valorarlos.

Usuarios administradores: Igual que registrados y además que pueden modificar y validar todos los contenidos.

Desde la pagina principal habrá un link a otra pagina donde darse de alta. Los usuarios solo han de introducir su nombre de usuario deseado, una clave y su dirección email. Con estos datos se crea una cuenta y pueden validarse como usuarios registrados.

Los tipos de contenidos que puede añadir un usuario registrado son:

Directorios, artículos, galerías de fotos, comentarios y links. Cada uno de estas cosas tiene como padre un directorio.

Por ejemplo podemos tener:

Coches (directorío) -> seat (directorío) -> ibiza (directorío)

Coches (directorío) -> bmw (directorío) -> Historia de bmw (artículo)

Coches (directorío) -> seat (directorío) -> ibiza (directorío) -> Fotos del ibiza (galería de fotos)

Los usuarios de pago lo podrán hacer mediante un formulario que se le mostrará como opción al darse de alta y como una opción siempre visible después. El pago se podrá hacer mediante tarjeta de crédito o vía PayPal.

Realización del Proyecto

En cuanto a la propia realización del portal podemos especificar la planificación temporal:

Análisis de Requisitos: Especificaremos formalmente los requisitos del portal 25 horas

Diseño: Diseñaremos los algoritmos de la parte de programación (50 horas), el diseño de las bases de datos (10 horas) y el diseño de la pagina web (35 horas)

Implementación y pruebas (45 horas)

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Bufí

Este proceso solo es para la creación del portal, una vez listo será necesario llevar un control de los contenidos (1h diaria) e ir haciendo mantenimiento y mejoras (1h diaria).

También se deberemos adaptar nuestro programa a los dos portales nuevos, el de motos (25h diseño, 30h programación) y el de bicicletas (25h diseño, 20h programación).

Para el programa avanzado para la gestión de contenidos (no vía web, como el portal) la planificación es la siguiente: Análisis de requisitos 25h, Diseño 60h, Implementación y pruebas 45h.

Servicio técnico para los usuarios de pago y gratuitos: 1h diaria

En total 395 horas, es decir, unos 50 días laborables. Además una vez completado el desarrollo del primer portal será necesario dedicar unas 3 horas cada día a tareas de validación de contenidos, mantenimiento y mejoras y servicio técnico.

Ver documentos adjuntos:

Mapas conceptuales: Coches, estructura y usuarios.

Tecnologías necesarias

Hardware:

Como servidor de paginas web se usará un PC de gama alta con gran capacidad de memoria, tanto principal como de disco. También es necesario tener un ancho de banda importante para servir con rapidez a los visitantes. 150€ al mes, incluido en los costes fijos en la partida Hosting.

En la oficina PCs de gama media, con impresora y escáner, unos buenos monitores, modem/router para la conexión a internet de alta velocidad y también un aparato de telefonía para atender las consultas telefónicas de nuestros clientes o posibles clientes. 519€ cada PC, la impresora 118€ y el escáner 80,08€, incluidos en equipos e infraestructuras como bien de inversión. El teléfono y el router estan incluidos en los gastos de telefonía e internet.

Será necesario un PC y monitor por empleado mientras que solo se necesitará una impresora y escáner. Así el primer año necesitaremos 2 PC's, 2 monitores, una impresora y un escáner. El segundo año 2 PC's y dos monitores y finalmente el último año 1 PC y un monitor.

Software:

En el servidor se usará LAMP. Linux como sistema operativo, apache como servidor web, mysql como servidor de base de datos y php como lenguaje de programación para páginas web. Coste 0.

En los equipos de desarrollo se usará también Linux, como programa de edición de paginas web QUANTA PLUS y de gráficos GIMP. También usaremos el programa de correo electrónico y agenda Evolution y uno de mensajería instantánea (AMSN). Coste 0.

Creemos que es muy interesante usar programas de Software Libre por tres razones principalmente:

Es técnicamente avanzado y cumple nuestros requerimientos en cuanto a necesidades.

Es gratuito con lo que los gastos en licencias de software son 0.

Es libre y se usan formatos estándares y conocidos lo que permite no depender de una compañía en concreto por ejemplo al hacer una actualización o una migración de software.

Gestión de stocks

No tendremos stocks

Costes

¿Cuáles son los costes de la prestación del servicio?

3.2. Calidad

Control de calidad

Mediante formularios de contacto donde los usuarios puedan preguntar sus dudas y mandarnos sus sugerencias

3.3. Equipos e infraestructura

Equipos e infraestructura necesarios

Necesitaremos un local de unos 30 metros cuadrados donde instalar la oficina que constará de una mesa de ordenador para dos personas y dos sillas.

Los costes iniciales de la oficina son:

Primer establecimiento: 125,01 € (mas IVA)

Fianza de 2 meses (2 * 30 * 13,18 = 789,60€)

Mobiliario:

(precios de ofiprix www.ofiprix.com)

Mesa de trabajo Ecosystem 2 * 109.0€

Buc Archivador 115.0€

Silla TANA C/P MICRO NEGRO 2 * 79.0€

(precios de ikea www.ikea.es)

Lampara de escritorio ESPRESSIVO: 2 * 5,99€

También el hardware enumerado en la sección "tecnologías necesarias": Dos PCs de gama media, 2 monitores, impresora y escáner, modem/router para la conexión a internet de alta velocidad y también un aparato de telefonía para atender las consultas telefónicas de nuestros clientes o posibles clientes (el coste del router y del teléfono va incluido en la mensualidad de telefonía e internet). El Software usado, como hemos mencionado antes en el apartado "tecnologías necesarias" tiene un coste en licencias 0.

PC's:

AMD Athlon XP 2400

Placa base ASUS A7V8X-X VIA KT-400 AGP 8x 256MB DDR 400Mhz Disquetera HDD 80GB 7200 rpm Grabadora LG CD-RW 52x24x52 ATI Raedon 9200 128MB DVI Tvout Red Lan 10/100 USB 2.0 Monitor PHILIPS 107X

Total del los dos pc's: 2 * 519 €

Impresora HP Deskjet 5652 USB1: 118€

Escáner HP Scanjet 3670C USB: 80,08€

Total 2 PC's + Impresora + Escáner:

(presupuesto de lifeinformatica informatica www.lifeinformatica.com)

Total de todos los equipos e infraestructura:

Oficina: 914,61 € + IVA = 1060,94 €

Mobiliario: 501,98 € + IVA = 583,46 €

Pc's: 1236,08 € + IVA = 1433,85 €

Total: 2337,55 € + IVA = 2711,56 €

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Bufí

Al contratar nuevo personal deberemos tener en cuenta las inversiones a realizar en mobiliario y hardware:

Principio segundo ejercicio:

Mobiliario (2 mesa, 2 archivador, 2 silla, 2 lampara): 716,86€

Hardware (2 PC): 1433,85€

(IVA incluido)

Principio tercer ejercicio:

Mobiliario (1 mesa, 1 archivador, 1 silla, 1 lampara): 358,43€

Hardware (1 PC): 519€

(IVA incluido)

3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente

Normativa de prevención de riesgos

Como toda nuestra jornada laboral estaremos delante del ordenador tendremos en cuenta que al comprar el mobiliario deberemos intentar que sea ergonómico para evitar lesiones. Además instalaremos un sistema de iluminación indirecta, monitores de pantalla TFT, así como teclados y rato ergonómicos. También seguiremos una política de descansos de 10 minutos cada dos horas

Además, en el momento de alquilar el local, deberemos tener en cuenta que este cumpla los requisitos de seguridad.

Otras medidas

Normativa ambiental

Seguiremos una política de reciclaje de consumibles y equipos informáticos, así que los llevaremos al Punt Verd más cercano.

Productos contaminantes

¿Es contaminante el servicio que quieres ofrecer? ¿Y los residuos que se generan con tu actividad? Si es así, ¿qué medidas piensas tomar para evitar dañar el medio ambiente?

4. Organización y gestión

4.1. Planificación y temporalización

Planificación de ventas

Como la planificación de ventas esta directamente relacionado con las visitas mostramos aquí la siguiente previsión de visitas:

Portal de coches:

10.000 visitas/día el primer año
16.000 visitas/día el segundo año
20.000 visitas/día el tercer año

Portal de motos:

5.000 visitas/día el primer año
11.000 visitas/día el segundo año
15.000 visitas/día el tercer año

Portal de bicicletas:

3.000 visitas/día el primer año
6.000 visitas/día el segundo año
9.000 visitas/día el tercer año

El número indicado de visitas están previstas alcanzarlas el último mes del ejercicio nombrado.

El objetivo a corto plazo es cubrir los costes fijos, es decir, alcanzar el punto de equilibrio y suficientes ingresos en caja para afrontar con mayor seguridad futuras nuevas incorporaciones. A medio plazo, es decir, para el segundo y tercer ejercicio, el objetivo es la consolidación, la obtención de beneficios y la contratación de nuevo personal que nos ayude a crecer.

Planificación de producción

Objetivos cualitativos:

En relación a los objetivos cualitativos, pretendemos consolidar nuestro portal de coches, motos y bicis como una referencia en su sector además de conseguir crear una gran herramienta para construir a la larga mas sitios parecidos de manera eficiente y barata.

Objetivos cuantitativos:

Objetivos a 1 año: El objetivo a corto plazo es cubrir los costes fijos y conseguir los suficientes ingresos para preparar las incorporaciones de los años siguientes.

Objetivos a 3 años: En el segundo y tercer año, el objetivo es la obtención de beneficios (un 28% de la facturación el segundo año y un 30% de la facturación el tercer año) junto con la incorporación de dos trabajadores en segundo año y uno más el tercero.

Planificación de personal

En un principio solo seremos nosotros dos los únicos que trabajaremos pero ya hemos previsto contratar nuevos trabajadores cuando nuestros beneficios lo permitan, primero un diseñador web y después un programador web. Creemos que la contratación de perfiles similares a los nuestros aunque mas especializados nos permitirá mejorar el proyecto y afrontar otros nuevos.

Una vez llegado a ese punto nuestras prioridades son contratar primero un diseñador gráfico y mas tarde un programador web. Estas incorporaciones se realizaran el segundo ejercicio.

Para el tercer ejercicio tenemos pensado contratar a un arquitecto de información que nos ayudará a estructurar mejor la información y a hacerla mas "usable".

Planificación de inversiones

Inversiones al inicio de la actividad:

.Mobiliario para dos personas: dos mesas (2 * 109.0€), dos sillas (2 * 79.0€), dos lamparas de mesa (2 * 5,99€) y un archivador (115.0€). Total 501,98 € + IVA = 583,46 €

.Gastos de Constitución: 96,84€

.Gastos de Primer Establecimiento: 145,01€

.Hardware: 2 PC + Impresora + Escáner 1433,85€

.Fianza del alquiler: 789,6€

El segundo ejercicio será necesario las siguientes inversiones debido a las dos incorporaciones (al inicio):

.Hardware: 2 PC 1204,08€

.Mobiliario: 716,86€

El tercer ejercicio será necesario las siguientes inversiones debido a una nueva incorporación (al inicio):

.Hardware: 2 PC 602,04€

.Mobiliario: 358,43€

Sistema de evaluación de resultados

Usaremos unas estadísticas generadas por nuestro software para analizar nuestros resultados

Con el programa de administración de anuncios (AdManager) podremos saber el numero de anuncios mostrados, el numero de visitantes distintos que han visto cada anuncio, los clics hechos y las horas a las que se hacen. Este software es gratuito.

Con otro software de estadísticas (Urchin) podremos analizar el numero de visitantes que pasan cada día por la web, las paginas consultadas por cada visitantes, las horas de mayor y menor trafico, el origen de los visitantes y desde que paginas vinieron. Viene incluido en el precio del hosting que contrataremos.

4.2. Organización

Equipo

En un principio solo seremos nosotros dos los únicos que trabajaremos pero ya hemos previsto contratar nuevos trabajadores cuando nuestros beneficios lo permitan, a principio del segundo ejercicio, un diseñador web y un programador web y en el tercer ejercicio un arquitecto de Información. Creemos que la contratación de perfiles similares a los nuestros aunque más especializados nos permitirá mejorar el proyecto y afrontar otros nuevos.

Perfil del diseñador:

Conocimientos avanzados de: HTML, XHTML, XML, CSS

Usabilidad y accesibilidad

Conocimientos en GIMP y Quanta Plus

Perfil del programador:

Lenguajes de programación: PHP (PEAR, AdoDB, Smarty), perl y JAVA

Bases de datos: Mysql y PostGreSQL

Perfil del Arquitecto de Información:

Usabilidad y Experiencia de Usuario.

Herramientas de gestión de contenidos (desde el punto de vista de A.I.)

Planificación de proyectos

Coordinación con equipos multidisciplinares (creatividad, desarrollo, consultoría)

Accesibilidad

Organización del trabajo

Carlos Rincón:

Programación: Encargado de determinar las estrategias a seguir en este apartado, tanto como las tecnologías mas apropiadas como definir las estructuras generales de las aplicaciones.

SEO: (search engine optimizer, especialista en optimización de buscadores) Encargado de planificar las páginas web para que tener mayor relevancia en los principales buscadores.

Usabilidad: Encargado de determinar las mejores estrategias para hacer mas usable las páginas web.

Diseño: Realizará funciones secundarias en el apartado del diseño.

Jordi Bufí:

Diseño: Encargado principal de realizar el diseño de las páginas web.

E-marketing: Se encargará de las relaciones con los clientes, contactos con otros webmasters y animador principal del portal.

Programación: Realizará funciones secundarias en el apartado de programación.

Traductor: Se encargará de traducir al ingles.

Como empresarios seremos administradores y decidiremos las estrategias de la empresa de forma consensuada. También nos encargaremos inicialmente de todos los aspectos del proyecto tales como el diseño y la programación de la página web y más tarde de la supervisión y coordinación del trabajo realizado por nuestros empleados, colaborando también en este trabajo cuando sea necesario.

4.3. Gestión de personal

Proceso de selección

Tenemos pensado contratar a un diseñador web a un programador web y a un arquitecto de información.

Plan de empresa / Plan de empresa de Creación de paginas webs / Carlos Rincón – Jordi Bufí

Para eso contrataremos los servicios de una web de búsqueda de trabajo online (como infojobs.net)

Según los curriculums y viendo sus muestras de trabajos anteriores haremos finalmente una entrevista personal para elegir al candidato adecuado. El salario será de unos 1000 a 1200€ mensuales para una jornada completa de 40 horas semanales.

Formación

Intentaremos mantener una formación continuada en campos como el diseño y programación de páginas web y marketing en las nuevas tecnologías.

Para eso, a partir del segundo ejercicio, dedicaremos 120€ al mes por persona para cursos de formación.

Retribución del emprendedor

Al principio para no tener muchos gastos no nos pondremos sueldo hasta el quinto mes del primer ejercicio. Hasta finalizar el año cobraremos 500€ para pasar a 1000€ el segundo ejercicio y 2000€ el tercero.

Los beneficios que se obtengan a final de año serán usados como fondo de garantía para prevenir imprevistos.

Sueldos

Lo establecido por los convenios al principio e incrementándoles el sueldo si es posible al cabo del tiempo.

Empezaríamos con 1000€ para el diseñador y el programador subiéndoles el sueldo a 1200€ el tercer ejercicio. El Arquitecto de Información pasara directamente a cobrar 1200€.

5. Jurídico-fiscal

5.1. Determinación de la forma jurídica

Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica elegida por nosotros será la de Sociedad Civil Privada (SCP). Las razones de esta elección son básicamente económicas, ya que era la forma jurídica que nos suponía unos costes más bajos de constitución. Sin embargo, si el volumen de facturación lo justifica, esta fórmula podrá cambiarse por la de sociedad limitada en un futuro próximo.

El capital social y el trabajo se aportará siempre a partes iguales, aportando los dos trabajo y un capital social inicial de 600 € y 4000€ como aportación de los socios, aportado a partes iguales.

Pasos para la tramitación de la forma jurídica y el alta de la empresa

1- Contrato civil 90 €

2- Escritura pública

3- Declaración previa de inicio de actividad / Solicitud NIF / CIF provisional 0.54 €

4- Liquidación ITPAJD (Impost de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics Documentats) 1% del Capital social: $1\% * 600 = 6 \text{ €} + 0,30\text{€}$

5- Alta IAE

6- Declaración censal de alta

7- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social y alta de los socios en el régimen especial de autónomos.

8- Comunicación de apertura del centro de trabajo

9- Obtención de libro de visitas

Coste

Contrato Civil Firma del contrato civil ante notario: 90 €

Escritura publica: 0.54 €

Impuesto de transmisiones patrimoniales: 1% del capital social escriturado ($1\% * 600 = 6\text{€}$). Impreso 0,30€

Alta IAE: no tiene ningún coste

Declaración censal de alta: no tiene ningún coste

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social y altas de empresarios y trabajadores: no tiene ningún coste

Total: $90 + 0,54 + 6 + 0,30 = 96,84 \text{ €}$

5.2. Aspectos laborales del emprendedor

Seguridad social del emprendedor

Ambos estamos en el Régimen Especial de los Trabajadores Autónomos con una base de cotización de 755,40 con lo que el coste mensual total es de 225,11€

5.3. Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores

Modalidades contractuales

Contrato indefinido ya que los trabajadores al 100% se encargarán de necesidades estructurales de la empresa.

5.4. Obligaciones fiscales

Impuestos

Estaremos en la Estimación directa simplificada, pagando del 15 al 45% de IRPF dependiendo de los beneficios y el 16% del iva repercutido menos el iva soportado por nosotros. Si la diferencia es positiva ingresaremos la diferencia y si es negativa será iva a compensar.

5.5. Permisos, licencias y documentación oficial

Permisos y licencias

Necesitaríamos la Licencia de apertura municipal en caso de establecernos por nuestra cuenta en un despacho, pero al usar los despachos del vivero no es necesario.

Documentación oficial

La documentación oficial que hemos de tener consta de:

Libro de visitas: libro obligatorio para todas las empresas, donde se anotarán las diligencias que practiquen los inspectores de trabajo tras el resultado de las visitas que pueden hacer a la empresa.

Libros fiscales-contables: Para llevar la contabilidad de la empresa. Para la estimación directa simplificada son necesarios los libros de gastos, ingresos e inversiones.

5.6. Cobertura de responsabilidades

Seguros

Necesitaremos un seguro antirrobo y contra incendios debido a las normas del vivero de barcelona activa. Este seguro saldría por 300 € al mes.

Por el tipo de actividad que pensamos desarrollar vemos que no tenemos ninguna obligación de cubrir mediante un seguro ningún tipo de responsabilidad.

5.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros

Protección legal

No prevemos a medio plazo registrar nuestra marca. En los inicios consideramos que es mas importante hacerse con un nombre y una imagen en el mercado, en el plazo de un año ya valoraremos si debemos registrarla.

Registro de dominio

Registraremos el nombre de nuestro empresa con un .com ya que creemos que es el que mejor calidad precio tiene (sale por 8 € al año). Un punto .es sale demasiado caro (unos 100 €), tarda mucho en concederse y pueden existir muchos problemas burocráticos.

El .com es el dominio que todo el mundo siempre tiene en mente al principio además de ser el mas internacional.

Nosotros mismos crearemos nuestra página web, una pagina simple, con la descripción de nuestro proyecto y una pagina de contacto. Nosotros mismos también nos encargaremos del mantenimiento de la misma.

6. Económico-financiera

6.1. Sistema de cobros y pagos

Sistema de cobros

El servicio de google AdSense se cobra al final de mes lo realizado durante ese periodo.

Los usuarios del servicio de pago pagarán por adelantado con tarjeta de crédito o vía PayPal. Los clientes que gestionemos directamente tendrán que pagar por adelantado la mitad de la cantidad total del precio del servicio y la otra mitad al finalizar, pudiéndolo hacer mediante transferencia bancaria o al contado.

Sistema de pagos

En caso de necesitar el servicio de alguna empresa pagaremos al contado o por transferencia bancaria el 100% de lo pactado.

6.2. Resumen de los datos económicos más relevantes

Inversión

La **inversión inicial** es de 4.600,00 financiada en:

4.600,00 por recursos propios.

0 por recursos externos.

El plan financiero muestra todas las **previsiones a 3 años**. Las previsiones de **ingresos** para los 3 primeros años serán de:

44.431,09 el primer año.

124.390,20 el segundo año.

211.569,00 el tercer año.

y las previsiones de **beneficios/pérdidas** serán de

14.369,29 el primer año.

35.324,84 el segundo año.

63.867,06 el tercer año.

El **punto de equilibrio**, considerando que la retribución de la emprendedora es un gasto fijo, se alcanzaría con **2.505,15...**

Se calcula que la **recuperación de la inversión** se producirá en 1 años.

7. Valoración

7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles

Puntos fuertes

Experiencia demostrada en el sector

Formación y conocimientos técnicos

Profesionalidad

Baja estructura de costes fijos

Los visitantes del portal se implicarán mas que en la competencia al poder incluir contenido suyo.

Facilidad muy grande de exportar la misma idea a otros mercados, como motocicletas, bicicletas, etc.

Pocos gastos que garantizan un no endeudamiento

Proyectos ya encargados para la realización de páginas web a otras empresas para asegurar la viabilidad económica al principio.

Puntos débiles

Dificultad a la hora de ajustar las previsiones con seguridad

Poca capacidad de financiación propia

Falta de formación empresarial

Poca experiencia comercial

Oportunidades

Mercado potencial enorme (millones)

Mercado en constante expansión y con gran margen de crecimiento

Bajas barreras de salida.

Proveedores internacionales con costes bajos

Internacionalización de la empresa sin costes excesivos.

Amenazas

No hay grandes barreras de entrada, por lo que pueden aparecer muchos competidores

La pasada crisis de las punto com puede hacer que las empresas estén recelosas de invertir en internet

Cambio en las leyes de comercio electrónico

Estrategia de desarrollo del proyecto

Para reforzar nuestros puntos fuertes realizaremos una formación continuada en las tecnológicas del sector, no gastaremos mas de lo que se ingresa y aprovecharemos la infraestructura ya creada para llegar a otros mercados.

Los puntos débiles se intentaran solucionar asistiendo a cursos de formación empresarial, realizando una reinversión de los beneficios principalmente con nuevos trabajadores y con el ajuste constante de las previsiones según las nuevas situaciones que nos encontremos.

Aprovecharemos nuestras oportunidades conociendo los mejores proveedores internacionales y estudiando la migración a sus servicios y traduciendo la web al máximo número de lenguas posibles que sean rentables.

Por último, haremos frente a las amenazas vigilando a la competencia y asimilando nuevas ideas, con una buena relación calidad/precio y profesionalidad a la hora de cumplir los compromisos con los clientes y los visitantes.