

PROYECTO FINAL MARKETING Y PUBLICIDAD

Alumno: María Garrido Boscà

Tutor del trabajo: Luis Monreal

Curso académico: Ciclo Superior Marketing y Publicidad

Valencia, 2 de Junio de 2024

ÍNDICE

1. Introducción

2. Idea de Negocio

- 2.1. Presentación de la empresa
- 2.2. Líneas de negocio. Descripción de productos y servicios.

3. Estudio de Mercado

- 3.1. DAFO/PESTEL
- 3.2. Clientes
- 3.3. Proveedores
- 3.4. Competencia

4. Plan de Marketing

5. Diseño Digital

6. Plan de Organización. Actividades y recursos

- 6.1. Actividades. Estacionalidad del negocio
- 6.2. Recursos Materiales
- 6.3. Plan de Recursos Humanos

7. Puesta en marcha

- 7.1. Forma jurídica. Tramites de inicio. Normativa específica
- 7.2. Obligaciones contables, fiscales y laborales
- 7.3. Financiación

8. Viabilidad

9. Reflexión Final

10. Anexos

11. Bibliografía

1. Introducción

La empresa a presentar se denomina comercialmente "Dress Me", una sociedad con sede en Valencia, recién creada por la autora de este proyecto, María Garrido Boscà.

El objeto social de la empresa es La prestación de servicios de enseñanza y asesoramiento en materia de estilismo, moda para toda clase de eventos sociales.

Dichos servicios son:

- Primera toma de contacto la cual se hará un intercambio de información, tanto por parte de la empresa, se ofrecen los servicios a llevar a cabo y del cliente nos traslada sus necesidades para un estudio y evaluación del mismo y presentación de presupuesto económico del servicio a prestar (inspiración y medidas corporales).
- Búsqueda y selección de los elementos y necesidades concretas de cada cliente.
- Prueba de los distintos servicios (maquillaje y vestuario) con previsión de tiempo respecto a la fecha del evento.
- Segunda cita con prueba si es necesaria o pedida por el cliente. Si se requiere, se pueden establecer más días de prueba o contacto
- El día del evento desplazamiento al lugar elegido por el cliente y preparar al cliente.

2. Idea de Negocio

La idea de Dress Me es tener un espacio físico (local comercial u despacho) donde se atiende personalmente a los clientes y se localiza tanto el personal de la empresa así como los elementos necesarios para el desarrollo del servicio la oficina.

Una vez contactamos con un cliente, tendremos una primera reunión, la cual se basa en tomarle las medidas al cliente y saber que inspiración quiere para su evento personal. El cliente nos puede dar algunas directrices o directamente enseñarnos que quiere exactamente y Dress Me se encargaría de encontrarlo. La primera reunión también entra una prueba de maquillaje y peluquería si el cliente deseara tener ese servicio con nosotros.

Una vez encontrado todo lo demandado, se concertaría una segunda cita con el cliente para comprobar que tanto el estilismo como los complementos pedidos, para saber si se adaptan a sus necesidades.

Si es así, la última reunión sería el propio día del evento, en el que el equipo se desplaza hasta el lugar del evento, para prepararlo con todo lo que previamente hemos organizado con el.

El cliente tiene como opción comprar el estilismo encontrarlo o simplemente alquilarlo para ese día. Como regalo la empresa le obsequia con un kit de maquillaje a su elección, en el caso de ser mujer y una corbata en caso de ser hombre.

Por otro lado Dress Me también tiene la opción de aconsejarte para tu estilo diario, en el que el cliente trataría de mostrar cuál es su estilo actual y nuestro equipo de estilistas y maquilladores le haría un estudio completo de lo que mejor cuadraría con el cliente.

En este estudio entraría la toma de medidas del cliente, analizar que prendas le sentarían mejor acorde con las medidas tomadas, la propia personalidad del cliente y el estilo de vida que tiene.

También se le podría mostrar técnicas de maquillaje acorde con sus gustos para que luego las aplique en casa y peinados sencillos y perfectos para el día a día para así poder elevar al cliente.

Al finalizar el estudio, al cliente se le mostrara las prendas escogidas por nuestro equipo y muchas variedades para su elección y las tiendas donde podría adquirir más prendas del mismo estilo, siempre teniendo en cuenta el capital del cliente.

2.1 Presentación de la Empresa

La empresa constaría de varios departamentos, incluyendo comercial, ventas, marketing, sección de belleza y estilistas y de logística.

La principal emprendedora y socia de la empresa:

- Nombre: María Garrido Bosca
- Teléfono: 678345687
- E-mail: merygarrido03@gmail.com
- Edad: 21 años
- Motivación: Gran seguidora de la moda y últimas tendencias, siempre a la búsqueda de eventos sociales y con gran ímpetu en ayudar a la gente a verse en su mejor versión.

La empresa no constara de socios, pero si de trabajadores en los departamentos previamente mencionados. Cada departamento es indispensable para el buen funcionamiento de la empresa, cada campo o departamento tendrá un responsable.

El trabajo de estos es coordinar, organizar y supervisar el campo asignado, para así poder asegurar un buen trabajo y tratar de prever imprevistos.

2.2 Líneas de Negocio. Descripción de producto y servicios.

Los ingresos y por tanto, los beneficios que obtiene la empresa son mayoritariamente por los clientes al contratar el servicio. Una vez ya explicado el proceso procedemos a detallar precios:

- Precio primera consulta: 70€
- Dependiendo del estilismo que quiera y/o maquillaje puede variar siendo el mínimo los 100€ a lo que el cliente demande.
- Complementos: Mínimo 50€, el precio puede variar dependiendo del tipo de maquillaje
- Peluquería: Mínimo 70€, precio puede variar dependiendo del tipo de peinado
- Desplazamiento del equipo de maquillaje y peluquería al lugar del evento (medido por los kilómetros de distancia de la oficina al lugar del evento)

Como se puede observar, aun que se puedan obtener muchos beneficios estos pueden variar siempre por las demandas del cliente y de la distancia. La empresa está apostando por marcas de reconocido nombre en el sector para ofrecer una imagen de calidad.

3. Estudio de Mercado

Dress Me es una empresa que ayuda a las personas a conseguir que su ilusión, idea y visión se haga realidad el día de su evento especial, por lo que la demografía del mercado no excluye a ningún tipo de público.

Esta empresa es apta para ambos sexos y también para todas las edades. En cuanto al tema de ingresos, las personas con un sueldo medio se pueden permitir el servicio siempre que lo hagan con moderación. Por lo que podemos definir a nuestro público objetivo como:

- A aspectos demográficos: Personas de entre los 10 años a los 80, de genero tanto masculino como femenino, ingresos medios – altos, residentes en España. Estilo de vida activo y preocupados por una buena imagen personal en eventos sociales, siempre buscadores de las últimas tendencias.

Como punto negativo, Dress Me sería la ubicación geográfica, solo dispone de una oficina en España, la cual se encuentra en Valencia. Aun que dar un servicio a nivel nacional sea difícil, sería posible mediante reuniones telemáticas o incluso desplazamientos en distancias medias.

Por otro lado las tendencia en el mercado, no nos afectan directamente, solo cambiaria las ideas de los propios clientes.

3.1 DAFO/ PESTEL

DAFO

<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">- Problemas de movilidad si el cliente se encuentra en una ciudad lejana de donde estamos ubicados- Dependencia de proveedores- Posibles restricciones de presupuesto con clientes	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tiendas actuales y de moda con vestidos adecuados para eventos con un precio bajo – medio- Tiendas específicas de vestidos para eventos
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Buscamos exactamente lo que pide el cliente y le damos un servicio completamente profesional desplazándonos también al lugar escogido por el cliente facilitándole así el día del evento.- Conocimientos de moda y estilismo	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">- Clientes que tengan eventos muy importantes y que no encuentren nada por su cuenta- Clientes que no tengan tiempo para ir y buscar por su cuenta- Aumento de demanda de servicios en estilismo en eventos sociales

PESTEL

<p>Políticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posibles regulaciones sobre la industria de la moda y belleza que afecten a la empresa. - Las políticas fiscales que puedan afectar al costo de la empresa 	<p>Económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los ciclos económicos del país podrían afectar a la capacidad económica del cliente - La tasa de desempleo 	<p>Socioculturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las tendencias de moda, siendo así los cambios de moda en la actualidad - Los estilos de vida - Valores culturales
<p>Tecnológicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los avances tecnológicos nos pueden ayudar en el sentido de concentrar una cita mediante una aplicación telefónica o reuniones por portales. - Redes sociales, son muy útiles para correr la voz de la empresa y darnos a conocer para poder obtener más clientes 	<p>Ecológicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al ser un servicio tan inclusivo podría ayudar a concienciar a la hora de las compras impulsivas. - Los cambios climáticos siempre pueden afectar al tipo de evento y por eso cambiar la idea principal del cliente 	<p>Legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las normativas de salud e higiene en los productos de belleza y peluquería - Derechos de autor, un cliente al pedirnos un vestido de una alta gama.

3.2 Clientes

Los clientes de esta empresa pueden variar muchos ya que el servicio prestado es válido para cualquier perfil. Tampoco discrimina en el precio ya que el servicio va en relación con lo que busca el cliente.

Dress Me tiene la posibilidad de dar servicios a niños desde los 10 años de edad hasta los adultos de ambos sexos hasta los 80 años, con una vida social activa y con una preocupación por la imagen.

El tema demográfico a nivel nacional tampoco es un problema, gracias a las video llamadas y a las furgonetas de la empresa podemos tener gran movilidad por la península.

3.3 Proveedores

La empresa necesita del servicio de varios tipos de proveedores ya que el servicio que ofrece es muy amplio y abarca distintos tipos de campos.

El proveedor principal sería el de vestuario, este proveedor se encargaría de encontrar tanto los trajes como los complementos pedidos por el cliente, estos trajes y complementos como van a petición del cliente pueden ser muy variados y algunos muy difíciles de encontrar. A este proveedor se le facilitara el tipo de traje que pide el cliente, el presupuesto que tiene, sus tallas e incluso algunas otras opciones por si el original al final no es del gusto del cliente.

Este proveedor también es el encargado de traernos los materiales necesarios para el regalo que ofrece la empresa al final del servicio con los clientes, que en el caso del cliente ser hombre, se le regala una corbata del color que el escoja.

Al finalizar el servicio con el cliente todo lo pedido por el mismo se le devolverá al proveedor para el traje ser devuelto si el cliente a optado por el uso sin opción a compra.

Por otro lado, tenemos el proveedor del maquillaje, el cual tendrá mucha comunicación con el equipo de maquillaje ya que serán ellos los que pidan los productos necesarios, en este campo hay que tener en cuenta los tipos de tono de piel, los gustos del cliente, los colores de temporada y, por supuesto, el color y temática del evento.

Este proveedor también sería el encargado de traernos los materiales necesarios para el regalo que da la empresa a los clientes, el cual es un kit de maquillaje para las mujeres en el tono pedido.

Por último, tendríamos el proveedor de peluquería, el cual se comunicaría directamente con el jefe de este mismo departamento. El jefe de departamento le comunicaría cuales son las necesidades de la empresa y cuáles son los productos de interés para su compra. Estos mismos productos también van relacionados con las necesidades de los propios clientes.

3.4 Competencia

Este tipo de empresas tienen una gran competencia ya que pueden encontrar mucha variedad de vestidos en tiendas de moda de uso habitual y para las personas con ingresos medios, siendo estas todas las tiendas de Inditex.

Otro tipo de competencias cada vez más grande en el mercado, son las tiendas específicas de trajes para eventos, unas muy conocidas son: THE ARE, Sorellas, Pura Vida... Tiendas muy conocidas y usadas por parte de nuestro público objetivo, ya que son tiendas con buenas calidades de vestidos, siempre enfocados en las últimas modas y a un precio muy llamativo y asequible.

Por último, tendríamos las boutiques locales, que aun que ya no son un primer recurso para muchas personas, sí que son útiles para las clientes que quieren algo diferente a lo que se ve en las tiendas habituales.

Por otro lado tenemos la competencia de las peluquerías, ya que en España existen más de 50.000 peluquerías, además hoy en día existen las peluquerías low cost, las cuales ofrecen lavado y corte por 10€ y un peinado por 30€.

En el ámbito del maquillaje tenemos las conocidas tiendas de Sephora, Druni, Primor... las cuales tienen muchísima variedad tanto de calidad como en precios de sus productos. Estas tiendas cuentan con las marcas de maquillaje más famosas y demandadas por el mundo, siendo estas Fendy, Dior, Rare Beauty... entre muchas otras. También habría que tener en cuenta del maquillaje que puedes obtener por internet.

4. Plan de Marketing

Una de las claves para que un negocio tenga éxito es una buena estrategia de marketing. Así podemos conseguir que nuestros clientes nos conozcan y se interesen por nuestros productos o servicios.

Sin clientes no hay negocio, por lo que conseguir dar a conocer la empresa y mantener una buena comunicación con nuestros clientes, que nos permita conocer su grado de satisfacción, así como la evolución de sus necesidades para poder adaptarnos a ellas, esto es fundamental para el éxito de la empresa.

Para poder saber cómo dirigirnos a nuestros clientes, necesitamos saber cuáles van a ser, gracias a la segmentación:

- Segmentación Demográfica: Cualquier persona de entre los 10 y 80 años de edad, valido para ambos sexos, el nivel de ingresos puede ser de medio a alto.
- Segmentación Geográfica: País España, valido para cualquier comunidad autónoma.
- Segmentación Psicográfica: Estilo de vida activo, con eventos sociales y preocupados siempre por la apariencia.

Con estos datos ya podemos tener claro nuestro público objetivo:

Personas de entre 10 y 80 años, de ambos sexos, con ingresos medios altos, ubicados en España, con un estilo de vida activo y con eventos sociales.

Una vez esto está claro ya podemos pasar a cómo sería el trato con nuestros clientes.

Dress Me dará a conocer principalmente por las redes sociales y con nuestra página web, para así poder llegar a más clientes a nivel nacional, siempre mostrando una imagen de elegancia y pasión por la moda. Por otro lado, también tendremos muy presente las acciones del marketing offline, mediante eventos promocionales, carteles, marquesinas y promociones u ofertas de apertura.

Por otro lado, la empresa tendrá un evento de apertura, la ubicación de este será en la propia oficina de Dress me, donde los clientes interesados podrán venir y hablar con nuestros empleados y ver las instalaciones y quien lo quisiera podría tener una simulación de lo que sería el servicio principal que ofrecemos, esta simulación incluiría demostrar al cliente como podemos encontrar lo que él nos pida para el evento que necesite.

También reuniones con los clientes en los que analizamos su estilo actual y cómo podemos elevarlo al siguiente nivel, ya que, aunque la empresa se dedica principalmente al estilismo de eventos sociales también podemos ayudar con el estilismo personal y diario de cada persona.

Esta prueba incluiría prueba de maquillaje, de vestuario y peluquería. Todo esto siempre a la elección del cliente.

Con este evento, lo que queremos conseguir es que los clientes vean de primera mano cómo trabajamos y lo que podemos conseguir, por parte de los trabajadores que vean cuáles son sus cualidades y lo bien formados que están y que así nos puedan tener como referencia en sus posibles eventos en un futuro.

El siguiente paso sería el trato con los clientes. Daríamos mucha prioridad a la atención al cliente, ya que necesitamos que ellos depositen su confianza en la empresa, también es muy importante satisfacer sus necesidades, por lo que al final de cada servicio se les hará una encuesta de satisfacción para saber en qué ámbitos se puede mejorar o cambiar.

Otras técnicas muy útiles son los regalos, cupones de descuento o ofertas especiales, estas técnicas nos pueden ayudar a que este cliente sea más fácil de fidelizar en un futuro.

Un ejemplo de lo que podría ser una oferta especial de inauguración sería el de traer a una amiga/o, pareja o la persona elegida por el cliente y se les ofrecería a ambos un 10% de descuento en el servicio escogido.

Los regalos son el kit de maquillaje en caso de ser mujer y una corbata en caso de ser hombre.

5. Diseño Digital

La empresa constará con una gran presencia en las redes sociales y su página web, ambas plataformas se le dará una gran prioridad a la hora de hacer publicidad y de captar clientes.

Las redes sociales estarán enfocadas al proceso de nuestro servicio, es decir, de cómo trabajamos con el cliente y como conseguimos todos los materiales para finalmente trabajar con el cliente, también se encargarán de la creación de contenido, para así poder captar la atención de más clientes.

La elección de redes sociales son Instagram y Tik Tok, ambas plataformas están muy presentes a nivel nacional, ambas muy usadas por nuestro público objetivo y perfectas para el uso de las empresas.

Por otro lado, la página web estará más enfocada a la información, precios y formas de contacto, para así poder facilitar el contacto entre el nuevo cliente y la empresa.

Ambas plataformas el día de la inauguración y del evento estarán encargadas de hacer saber a nuestros posibles clientes el lugar y hora del evento, también de que incluirá el evento y como lo pueden disfrutar.



Este logo representa perfectamente la empresa, se ve claramente el nombre y con un elemento visual acorde con el nombre. El logo es en blanco ya que este color representa la elegancia, justo lo que nosotros queremos transmitir, es sencillo y minimalista.

El logo lo podremos encontrar en el cartel de la oficina, en las redes sociales, en el marketing offline, en los coches y furgonetas de la empresa, las tarjetas de empresa y en el staff de la propia empresa.

6. Plan de organización. Actividades y Recursos.

El primer paso de toda empresa es conseguir una buena base de proveedores, distribuidores, trabajadores y clientes.

Una vez ya conseguidos los tratos con proveedores y distribuidores ya podríamos empezar con la captación de clientes.

La manera más eficaz de captar clientes estaría dedicado al departamento de marketing, tanto online como offline.

En cuanto al marketing online, estarían encargados de gestionar las redes principales de la empresa, (Instagram y Tik Tok) de crear el contenido y de así intentar captar clientes. En las redes sociales nos enfocaríamos en demostrar detalladamente nuestro proceso de como ofrecemos el servicio, de mostrar cómo hacemos realidad las visiones de los clientes y sus reacciones y comentarios sobre el servicio otorgado.

También creación de contenido sobre la propia empresa, incluyendo a los propios trabajadores, como trabajamos y mostrar la oficina, todo esto ajustándolo a los trends de las redes sociales y la utilización de hashtags para así conseguir más visualizaciones e impacto.

El departamento de Marketing también estaría encargado de diseñar y gestionar una parte de nuestra página web. En la página web es clave destacar nuestras ofertas y modo de trabajo, mostrando trabajos exitosos anteriores y cuáles son nuestras posibilidades gracias a nuestras colaboraciones con nuestros proveedores.

Por otro lado, tenemos el marketing offline, la empresa se sitúa en la ciudad de Valencia, España. Por lo que usaríamos marquesinas distribuidas por la ciudad, eventos promocionales, carteles, ofertas y promociones de apertura y el boca a boca.

Una vez captado al cliente, el primer paso sería una primera reunión de manera presencial o telemática (por si el cliente no dispone de tiempo o está fuera de la ciudad), la reunión consistiría en un intercambio de información, por parte del cliente mostrarle a la empresa lo que está buscando y cuáles son sus preferencias, medidas y fecha del evento. Siempre se recomienda tener este servicio con 2 meses mínimo para así poder disponer de tiempo en caso de algún error o retraso en entregas por parte de los proveedores.

Por parte de la empresa comentarle cuales son las posibilidades y el procedimiento a seguir para ver si el cliente está de acuerdo y tiene la disponibilidad necesaria para las futuras reuniones y pruebas.

Una vez intercambiada la información, el departamento de estilismo se encarga de buscar lo que ha pedido el cliente y de tenerlo a tiempo para la fecha escogida donde se realiza la primera prueba de vestuario y maquillaje.

En la propia prueba se comprueba que el cliente está de acuerdo con todo lo recibido podemos pasar a la prueba de maquillaje y peluquería, donde ahí se toman las tonalidades del cliente en caso de querer maquillaje para poder utilizar los tonos adecuados y en cuanto a la peluquería, mostrar a nuestros trabajadores a poder ser inspiraciones de lo que busca el cliente y hacer una prueba del peinado para saber si el cliente está de acuerdo.

Por último, una vez ya todo medido y con la aprobación previa del cliente, se acuerda una localización y hora donde nuestro equipo se dirigirá el día del evento para poder realizar el servicio.

Ese mismo día se le proporciona la factura realizada por nuestro departamento de peluquería donde se especifica todos los servicios otorgados.

6.1 Actividades. Estacionalidad del negocio

Un paso muy importante para poder saber cuál es la estacionalidad de tu negocio es analizar durante todo el año cuando es más necesario el servicio que ofreces.

Estos meses suelen ser Abril, Mayo y Junio, ya que aquí es cuando más bodas, bautizos y comuniones se celebran. Al saber estos datos nos puede ayudar a anticiparnos a picos de demanda y así poder organizar mejor al equipo y la empresa, por lo que así podremos evitar un desorden o incluso posibles errores con los pedidos de los clientes.

Algo que nos serviría de gran ayuda sería la creación de un calendario de eventos, en donde destacamos eventos y festividades importantes como: bodas, bautizos, comuniones, aniversarios, fiestas de empresa, Año nuevo...

A continuación, un ejemplo:

febrero 2024						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

Junto al calendario, otra técnica muy útil que nos ayudara con la estacionalidad, es la utilización de promociones y ofertas especiales, esto nos podrá ayudar cuando la estacionalidad sea negativa y así poder atraer a más clientes.

6.2 Recursos Materiales

Los recursos materiales de la empresa son todos aquellos bienes físicos y tangibles que esta posee y utiliza para llevar a cabo sus actividades y operaciones diarias.

Estos recursos se pueden clasificar en varias categorías:

1. Maquinaria y Equipos: La empresa cuenta con dos coches y dos furgonetas los cuales están arrendados, para poder facilitar a los trabajadores el desplazamiento a las localizaciones que nos indican los clientes. Una vez la empresa tenga mejor estabilidad económica miraremos la opción de compra.
2. Instalaciones y Edificios: Dress Me cuenta con una oficina arrendada en el centro de la ciudad, la cual también sirve como almacén.
3. Mobiliario: Muebles de oficina, estanterías y archivadores

4. Material de oficina y tecnológico: Ordenadores, impresoras, equipo de telecomunicaciones, papelería

Todos estos materiales son muy importantes para el correcto funcionamiento de la empresa, aunque esta se localiza en Valencia, con los equipos de movilidad y material tecnológico es lo que nos podrá ayudar a abrir nuestro alcance geográfico.

6.3 Plan de Recursos Humanos

La empresa es considerada como una sociedad unipersonal con administrador único por lo que debemos tener muy claro cuáles son las jerarquías dentro de la empresa y sus comunicaciones dentro de ella.

Por un lado, tenemos la jerarquía, en el puesto más alto tendríamos al CEO (María Garrido), el cual tiene trato directo con los jefes de los departamentos (marketing, ventas, comercial, estilismo), estos tienen un puesto intermedio en la jerarquía mismos tienen a su cargo ciertos trabajadores, los cuales están en el puesto más bajo de la jerarquía.

La comunicación interna constaría de tres tipos:

- Vertical, ascendente como descendente, ya que así el flujo de información es mayor.
- Horizontal, comunicación entre empleados es vital para la organización con el cliente.
- Diagonal: A veces es necesaria la comunicación entre distintos niveles y departamentos

Por otro lado tenemos la comunicación externa, bien sea con los clientes (atención al cliente, marketing, campañas publicitarias), proveedores (negociaciones, pedido, órdenes de compra), y distribuidores (reuniones de coordinación).

Una vez tenemos estos puntos claros, podemos pasar a las normas internas de la empresa:

1. Códigos de conducta:

- Ética y comportamiento entre trabajadores y con el cliente
- Confidencialidad del cliente

2. Recursos Humanos:

- Contratación y despido
- Evaluación de desempeño
- Políticas de igualdad y no discriminantes
- Resolución de conflictos

- Salarios de empleados
- Disfrute de vacaciones

3. Políticas de Seguridad Social y Salud Laboral

- Prevención de riesgos laborales
- Protocolos de emergencia
- Condiciones de puestos de trabajo

4. Políticas Financieras:

- Gestión de gastos y presupuesto
- Reembolsos y viáticos

5. Políticas de Cumplimiento legal:

- Cumplimiento normativo
- Protección de datos
- Tratamiento y cumplimiento de ley de protección de datos

6. Procedimientos operativos:

- Procesos y flujos de trabajo
- Control de calidad

7. Políticas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

- Prácticas ambientales
- Responsabilidad social

Los contratos de los trabajadores serán de tiempo indefinido, ya que este tiene grandes beneficios tanto para el trabajador como para la propia empresa.

En este se especificará:

- Las vacaciones del empleado, según convenio.
- Su salario
- Condiciones de trabajo
- La confidencialidad
- Cumplimiento de funciones
- Condiciones de trabajo
- Notificación de despido
- Periodo de prueba
- Despido justificado
- Despido injustificado

7. Puesta en marcha

Toda puesta en marcha requiere de varios pasos, siendo el primero de ellos la planificación y la preparación del producto o servicio a lanzar, en este caso siendo un servicio.

Dentro de la planificación y la preparación tenemos la definición de objetivos, los cuales son llegar a tener un buen reconocimiento a nivel nacional y tener una amplia gama de clientes dispuestos a confiar en Dress Me para el día de su evento. También debemos asignar los recursos necesarios, siendo estos el personal de la empresa, presupuesto... para así garantizar una buena organización.

El segundo paso sería la configuración y pruebas, aquí debemos tener clara la capacitación del personal, de si ellos están debidamente involucrados para la realización del trabajo. También haríamos pruebas piloto para asegurarnos que la página web de la empresa y las redes sociales funcionan correctamente y se ven bien.

Tercer paso sería la parte de implementación, es cuando se tiene el lanzamiento oficial del servicio otorgado por la empresa, se debe de hacer un monitoreo inicial para asegurarse de que todo funciona correctamente y que no haya ningún fallo. En este paso la comunicación con todo el personal es clave.

Cuarto y último paso, la evaluación y ajuste de errores, el personal de Dress Me deberá evaluar el desempeño inicial y hacer ajustes si son necesarios para optimizar el funcionamiento o corregir errores.

Los beneficios de una puesta en marcha son muchos, como la reducción de riesgos, ya que analizas cada proceso y puedes corregirlo si es necesario para no repetirlo en un futuro. También es beneficioso para la satisfacción del cliente, ya que así puedes garantizar que el servicio cumple con sus expectativas.

7.1 Forma jurídica. Tramites de inicio. Normativa específica

Dress Me es una sociedad limitada unipersonal con un administrador único, en la que todas las acciones pertenecen a una única persona, en este caso persona física, por otro lado, la gestión y la administración de la sociedad también corresponde a ese único socio y accionista.

Este socio está obligado a constituir la sociedad ante notario e inscribirla en el registro mercantil, todo es necesario para su funcionamiento legal y comercial adecuado. Aquí se presentan las principales razones:

- Adquirir personalidad jurídica
- Publicidad y transparencia

- Acceso a créditos y financiamiento
- Protección del nombre comercial
- Cumplimiento legal
- Participación en licitaciones y contratos públicos
- Formalización y credibilidad
- Acceso a beneficios y subvenciones
- Responsabilidad limitada para sociedades.

Por otro lado, la sociedad, cumpliendo sus obligaciones fiscales, debe darse de alta en la Agencia Tributaria, con la presentación de los Modelos correspondientes. Censo de empresarios, profesionales y retenedores - Declaración censal de alta.

Siendo estos los motivos a destacar:

- Cumplimiento legal (obligación legal y para la obtención de licencias y permisos)
- Responsabilidades fiscales (impuestos y deducciones y devoluciones)
- Acceso a financiamiento (créditos y préstamos)
- Credibilidad y confianza de los proveedores y clientes
- Beneficios laborales (contratación de personal y prestaciones)
- Protección legal (resolución de conflictos y protección de activos)

Cumpliendo también con la Ley, otro paso muy importante es darse de alta en la Seguridad Social, aquí se detallan las principales razones:

- Obligación legal de inscripción
- Cobertura y beneficios para los empleados
- Acceso a la red de seguridad social
- Cumplimiento y fiscalización de la empresa
- Prevención de sanciones
- Responsabilidad social y corporativa
- Requisitos para la contratación
- Acceso a subsidios y beneficios gubernamentales

Por último, presentar y pagar el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) relacionadas con la actividad de la empresa, en este caso estilismo.

7.2 Obligaciones contables, fiscales y laborales

Una empresa puede decidir si llevar ella misma sus propias cuentas o contratar a una empresa externa, en el caso de Dress Me, será una empresa externa la que lleve la gestión contable.

Los registros fundamentales en la contabilidad de cualquier empresa son el Libro Mayor y el Libro Diario, el primero no es obligatorio, pero si aconsejable, el segundo, junto con el Libro de Inventario y Cuentas Anuales es obligatorio para la organización de las operaciones que se realicen en la actividad de la empresa.

El libro diario es un registro cronológico de todas las transacciones financieras que realiza la empresa y se debe de registrar en el momento y su contenido es una breve descripción de la transacción, los importantes debitados y acreditados, y as cuentas afectadas por dicha transacción.

Por otro lado, el libro mayor, es un registro que resume las transacciones registradas en el libro diario, cuenta con un resumen de las transacciones debitadas y acreditadas a esa cuenta, con saldos iniciales y finales, lo que permite conocer la situación de cada cuenta específica en cada momento.

El Libro Inventario y Cuentas anuales es un documento contable donde se refleja la información financiera de la empresa durante cada ejercicio económico concreto, por lo general, es anual.

Otro aspecto a tener muy en cuenta son las prestaciones y pagos es el IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas), el IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido) y el ISO (Impuesto Sobre Sociedades), siguiendo los calendarios que marque la Agencia Tributaria.

Es importante que las empresas mantengan un control riguroso y detallado de estos impuestos y cumplan con las obligaciones fiscales para evitar sanciones y problemas con las autoridades tributarias.

7.3 Financiación

Dress Me necesita un gran capital para poder obtener todos los elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa. No solo necesita arrendar del local/ almacén, sino también la compra de las furgonetas y coches de la empresa y poder pagar el salario de sus empleados. También el pago para poder hacer el marketing, tanto online como offline.

La financiación es un punto muy importante, ya que nos permite poder tener disponibilidad económica o liquidez sobre todo para el inicio de este proyecto.

Por ello, se ha analizado las distintas opciones que ofrece el mercado financiero y siendo éstas las que cuentan con el interés de la empresa por las ventajas que suponen:

- Ver qué tipo de ayudas a mujeres emprendedoras se ofrecen en el Ministerio de Igualdad y el Instituto de la Mujer, ya que ofrecen ayudas para empresas de nueva creación y gestionadas por una mujer.
- Ayudas y subvenciones por parte de la Comunidad Autónoma de Valencia, la cual ofrece subvencionan a aquellas empresas de nueva creación con sede en la Comunidad Valenciana.
- Paralelamente, en función del importe que se pueda recibir con ayudas y subvenciones, acudir a la Banca Pública, que también ofrece créditos ICO

(Instituto de Crédito Oficial) donde se ofrecen largos plazos de amortización, carencias de pago y tipos de interés muy competitivos.

- Y, por último, a través de la Banca Privada, ya que las entidades financieras ofrecen hoy distintos tipos de créditos a jóvenes emprendedores.

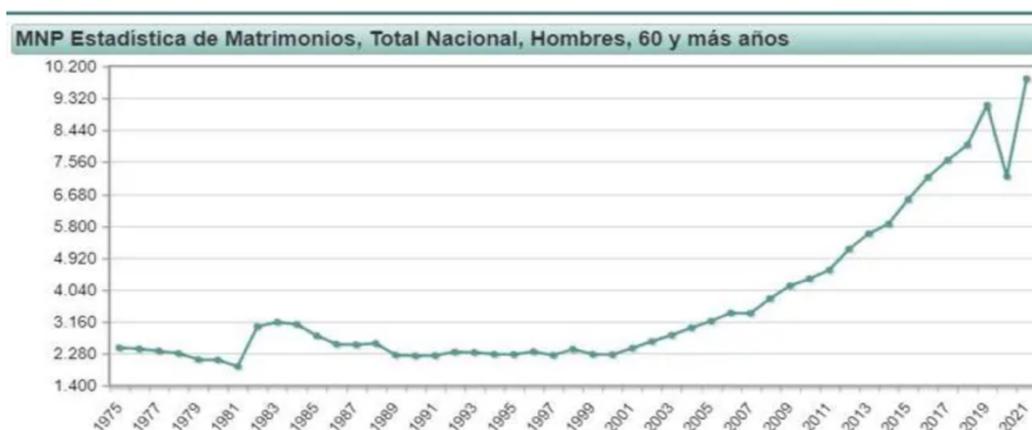
Recogiendo las distintas ofertas financieras, analizaremos la/s que suponga un crédito con bajo interés y largo plazo para poder tener un colchón financiero que nos permita ejercer la actividad hasta que los recursos propios generados por la empresa sean rentables.

8. Viabilidad

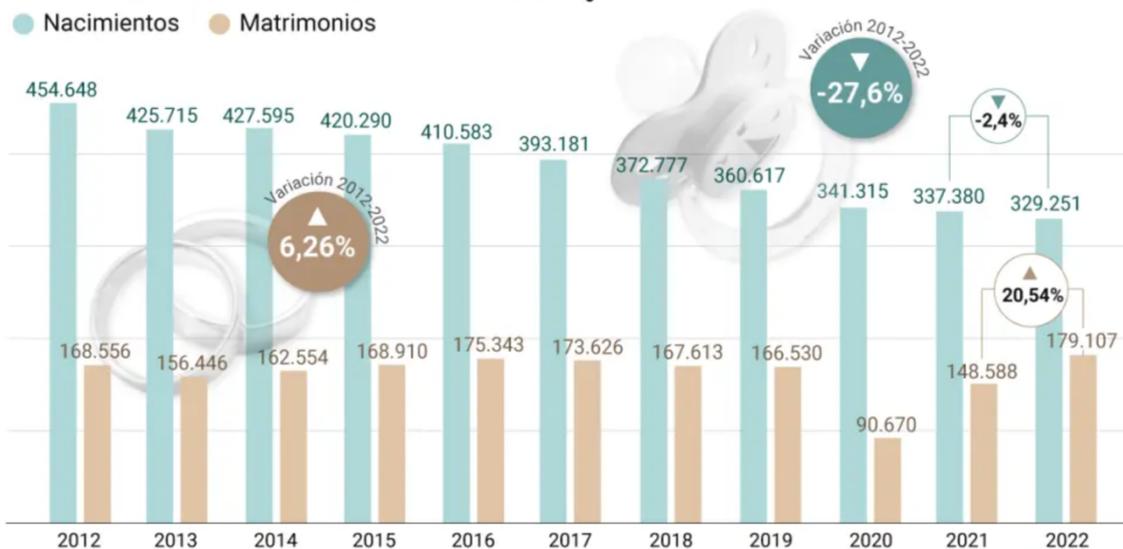
La viabilidad en este tipo de negocio depende de varios factores clave, que incluyen el análisis de mercado, la ubicación, la competencia, la estrategia de marketing y la gestión financiera. Todos esos puntos han sido expuestos y explicados anteriormente.

A día de hoy, los eventos sociales están en la agenda de todos, según el periódico El Mundo, en concreto en el año 2022, respecto a las bodas celebradas en iglesias, hubo un total de 35.253 bodas, 9.491 más que el año anterior, y bautizos 159.129, 9418 más que en 2021. Y eso sin tener en cuenta las bodas civiles u otro tipo de acontecimientos.

A continuación, unas gráficas que muestran el aumento de bodas en España:



Evolución del número de nacimientos y matrimonios



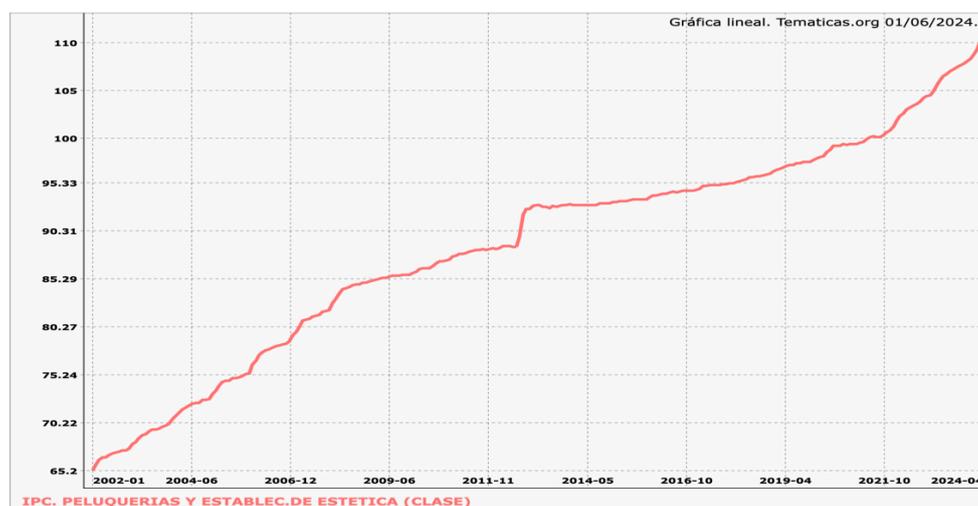
Por otro lado, también podemos destacar el aumento de bautizos en España, que en el año 2022 se llegó a un total de 59.129 bautizos, 94.418 más que el año anterior y actualmente sigue subiendo esta cifra.

Con estos datos podemos ver que claramente tenemos muchas posibilidades de captar clientes. Otro dato a tener en cuenta es el punto 3.1, donde destacamos las ventajas y oportunidades de la empresa.

Aunque esto no significa que las debilidades y las amenazas no sean importantes, en España tenemos 50.000 peluquerías, más del doble que la media europea (22.300), y aun que el servicio de peluquería no sea el único que ofrecemos eso si demuestra que tenemos una gran competencia a nivel nacional.

A continuación, una gráfica del crecimiento de las peluquerías en España:

Gráfica de la estadística:



9. Reflexión Final

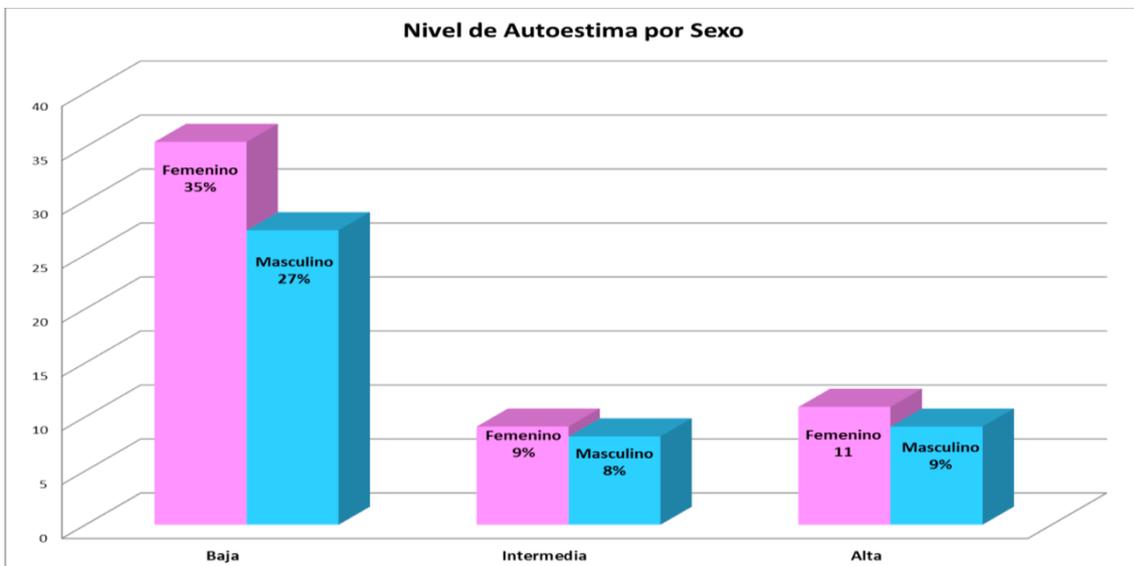
Finalmente, después de realizar este trabajo puedo decir que este proyecto de empresa me parece que podría tener mucho potencial a nivel nacional. Hemos podido analizar todos los aspectos relevantes en el aspecto comercial, de marketing y laboral.

Esta empresa abarca muchas necesidades en el ámbito del estilismo y con los recursos materiales, las técnicas de marketing y al público objetivo que nos dirigimos podemos abrir ampliamente el abanico de clientes, lo cual sería muy beneficioso para la empresa.

También como hemos comentado anteriormente en el trabajo, lo bueno de esta empresa es que siempre tiene servicios que ofrecer, ya que los eventos sociales claramente han subido a lo largo de los años, sobre todo después de la pandemia.

Tenemos mucha variedad de servicios por lo que eso también es beneficioso para la empresa y también los precios son muy adecuados y competitivos, y sobre todo van acorde a lo que nos pida el cliente, básicamente podemos decir que el precio lo escoge el propio cliente ya que siempre elegirá lo que el quiera o necesite.

10. Anexos



En esta gráfica podemos observar el nivel de autoestima de ambos sexos en España, podemos ver que claramente la autoestima baja es mucho mayor que la alta y esto es un factor que afecta directamente a la manera de verse de las personas.

Con la ayuda de los estilistas de Dress Me podemos hacer que esa autoestima suba si ellos mismos se ven mejor en su día a día.

11. Bibliografía

<https://www.lasprovincias.es/sociedad/revolucion-bodas-espana-20231122122528-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

https://www.elconfidencial.com/economia/2018-12-08/peluqueras-peluqueros-salones-belleza-estetica_1679734/

<https://www.abc.es/sociedad/iglesia-recupera-numero-bodas-bautizos-pandemia-mil-20231219133123-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fsociedad%2Figlesia-recupera-numero-bodas-bautizos-pandemia-mil-20231219133123-nt.html>

<https://www.lavanguardia.com/vivo/longevity/20240326/9581936/crecen-matrimonios-55-consejo-casarse.html>

<https://www.20minutos.es/noticia/5192468/0/ine-confirma-que-2022-fue-ano-siquiero-casarme-pero-no-puedo-tener-hijos/>

<https://tematicas.org/indicadores-economicos/precios-y-costes/indice-de-precios-al-consumo/ipc-peluqueras-y-establec-de-estetica-clase/>

