

ESTUDIO DE

MERCADO

INTRODUCCIÓN

Este proyecto realizado por dos alumnos de Ciclo Formativo de Admón. y Gestión de Empresa, consta de la creación de una discoteca.

Aquí reflejamos la actividad de la creación de la empresa, junto con todos los estudios que se han tenido que realizar para una buena penetración en el mercado.

Tras efectuar los tramites necesarios para la constitución de la sociedad los cuales aparecen mas adelante, hemos decidido realizar un estudio sobre las zonas de salidas nocturnas que tiene la juventud de este municipio.

Sabemos que en esta población existen 4 pub pero ninguna discoteca esto quiere decir que pensamos que es un buen sitio para realizar nuestro proyecto de constituir una empresa que este especializada en la juventud como es la construcción de una discoteca.

Una vez realizados estos estudios meramente informativos para tantear nuestra situación dentro de este ámbito sectorial, hemos intentado hacer un estudio de nuestros posibles clientes y competidores.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

J@MY es una discoteca creada por Jaime y Alfonso cuya actividad es la salida nocturna de la juventud, con la posibilidad de realizar esta actividad en el futuro con el exterior.

Hemos elegido la construcción de una discoteca por que en este municipio no hay ninguna y el índice de natalidad es mayor que el de mortalidad.

UBICACIÓN DEL NEGOCIO

En el mes de Septiembre de 2000 se crea la discoteca J@MY , ubicado en la travesía Jerez – Los Barrios, junto a la gasolinera. Esta totalmente equipada y preparada para ser utilizada como local y reúne todas las condiciones necesarias para nuestra actividad.

La nave tiene unos 500 metros cuadrados aproximadamente y su compra será de 7.000.000 ptas.

CAPITAL DISPONIBLE

El capital social es de 14.800.000 ptas de los cuales 12.000.000 de pesetas esta puesto por los dos socios el resto esta puesto en prestamos de largo o corto plazo.

CONTENIDOS JURÍDICOS

DERECHOS DE LOS SOCIOS

Los partícipe no podrán exceder del 50%. Tendrán los siguientes derechos:

- Participar en los beneficios.
- Derechos a participar en la liquidación de la sociedad
- Derecho al voto.
- Derecho de preferente de compra sobre las participaciones que quieren ser vendidas por algún socio.

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

- Deber de aportar el capital. No se permite dejar pendientes.

ESTUDIO DE LOS CLIENTES

Uno de los puntos importantes para poder evitar errores es saber aprender del cliente, conocerlo, y entender sus necesidades para poder satisfacerlas. De mutuo acuerdo con el debe establecerse una planificación con objetivos a medio y largo plazo. Para llegar a esto es importantísimo mantener abierta una línea de comunicación.

El precio de los productos debe ser simple, directo y dar un información clara al cliente. Y, por supuesto, es preciso que todo cambio se comunique de inmediato al cliente.

PROVEEDORES

Los proveedores de J@MY ; se encargan de suministrar, desde la misma fabrica, nuestra bebida a un bajo coste, siendo estas de alta calidad. La rápida llegada de los productos hacen que podamos cubrir con rapidez la demanda de nuestros clientes.

La forma de pago a nuestros proveedores se realiza al contado.

ESTUDIO DE LOS COMPETIDORES

Aquí en Los Barrios no hay ninguna discoteca, lo unico que hay son dos o tres pub que a las 2:30 de la madrugada tienen que bajar la música al no estar permitido a los pub tener la música más tarde, al no haber ningún sitio donde los jovenes de Los Barrios puedan ir después por eso los jovenes optan por la salida a otras localidades del Campo de Gibraltar, San Roque, La Linea, Algeciras, etc...

PRECIOS

El precio de la bebida del local va a depender de la bebida que pida el cliente.

Siendo estos precios iguales o inferiores que en los demás sitios para poder tener más clientes satisfechos al principio ya cada año irán subiendo.

PLAN DE MARKETING

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

La investigación comercial o de mercados es la actividad necesaria para determinar los diferentes objetivos, planes y estrategias de la empresa frente al mercado.

Los principales objetivos que nos hemos propuestos para la investigación comercial son los siguientes:

- Análisis cuantitativo del mercado, para conocer la demanda potencial.
- Análisis del productor, para conocer sus cualidades.
- Análisis de la competencia, para saber como participan las empresas competidoras.
- Análisis de la natalidad, para saber el tanto por ciento de la población joven de una población.

PUBLICIDAD

Determinamos cual debe ser el apoyo publicitario que la empresa debe emplear para crear la demanda de sus productos. Aquí decidimos lo siguiente:

- Determinación de los presupuestos publicitarios:

Nuestra empresa acaba de introducirse en el mercado, por lo tanto habrá que hacer una campaña publicitaria importante para el lanzamiento.

- Enviaremos una nota de prensa al diario Europa Sur, durante los primeros meses haremos almanaques y calendarios con nuestra en la portada nuestro nombre, dirección y teléfono, debajo de la fotografía; llaveros, bolígrafos y mecheros, estos últimos los usaremos mientras dure la actividad de la empresa.

- Pondremos distintas cuñas publicitarias tanto en la radio local como en la televisión local, también tendremos la cuña en la emisora más escuchada por los jóvenes como es los 40 principales, donde diremos las distintas ofertas que tendremos con la entrada, habra regalos y diferentes fiestas cada fin de semana.

Además de esta publicidad, contamos con la que hace las marcas individualmente.

PRECIO

Afecta normalmente a la demanda de productos y servicios así como a la posición competitiva de la empresa en el mercado.

OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE PRECIOS

Los objetivos más usuales de esta política, es que obtengamos los siguientes puntos:

1. Conseguir una determinada rentabilidad sobre el capital invertido.
2. Conseguir un determinada rentabilidad sobre las ventas. Este es nuestro objetivo preferente, esperando obtener esta rentabilidad a corto plazo.
3. Conseguir una determinada participación en el mercado, que se conseguirá con un nivel adecuado de nuestros precios, además de otros factores.
4. Conseguir el máximo beneficio.
5. Soportar o evitar la competencia. Cuando existe alguna compañía líder en el mercado, la política de precios suele moverse en las mismas direcciones que la del líder.

Otras empresas evitan la competencia, fijando unos precios tales que desanimen a los competidores. Nosotros nos moveremos en las mismas direcciones que las de las grandes empresas.

FIJACIÓN DE PRECIOS

Para la fijación de nuestros precios estudiaremos los siguientes métodos:

- Fijación de precios basada en el coste.
- Fijación de precios basada en la demanda.
- Fijación de precios basada en la competencia.

Una vez calculado el precio por éstos métodos, según la demanda de producto que vallamos adquiriendo, el precio irá aumentando o disminuyendo, igualmente nuestros beneficios, es decir, si tenemos una gran demanda de nuestro producto podremos bajar un poco el precio e igualmente aumentarán nuestros beneficios.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Para la empresa la comunicación resulta imprescindible. Por un lado debe existir una corriente de comunicación en el interior de la empresa con los diferentes miembros de la misma y a todos los niveles para poder intercambiar ideas, opiniones, etc. por otro lado tiene que relacionarse con el exterior para dar a conocer sus servicios y así mismo, conocer las necesidades, gustos y quejas de los consumidores.

La comunicación con el exterior se realiza principalmente a través de cuatro actividades relacionadas entre sí, como son:

- La publicidad
- Las relaciones publicas
- La promoción de ventas

MEDIOS DE PROMOCIÓN QUE SE OFRECERÁN

Nuestra empresa tendra diferentes tipos de ofertas dependiendo de el día, de la fiesta que este ese fin de semana, etc...

Estas ofertas se irán modificando conforme a los beneficios obtenidos por la empresa y el tiempo transcurrido.

POLÍTICA ORGANIZATIVA:

ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

NECESIDAD DE PERSONAL

El personal que esperamos necesitar para la realización de nuestra actividad económica, será:

- Dos camareras, necesarias para poder atender a los clientes en la barra central de la discoteca.
Siempre vende más tener dos camareras que dos camareros.
- Un Dj, esta persona se dedicará a poner la música en el local para que la gente pueda bailar y divertirse, no siempre será la misma persona, iremos cambiando cada mes o depende como funcione esa persona.

La limpieza del local la efectuaremos todos los trabajadores menos el Dj.

Para la seguridad del local contrataremos todas las semanas dos personas de seguridad de una empresa privada que contrataremos.

Hemos decidido hacer esto por las ventajas que nos ofrecen estas empresas.

En la parte del proyecto referente a trámites administrativos y legales para la puesta en marcha de la empresa, se podrá encontrar todo lo referente a la contratación de nuestros empleados, desde sus contratos, hasta el alta en la Seguridad Social.

FINANCIACIÓN

FUENTES DE FINANCIACIÓN

De las fuentes de financiación que disponemos 6.000.000 pts es de nuestros recursos propios, el resto esta puesto en prestamos de corto o largo plazo.

También fuimos a la mancomunidad a informarnos sobre si nos podían facilitar una subvención. Allí, nos dijeron que tendríamos que llevar el presupuesto de los costes del inicio, fotocopia del NIF de la empresa y del Alta en Licencia fiscal, etc. Una vez que llevásemos estos documentos, ellos se encargarían de realizar un estudio para la aprobación de esta subvención. No la podemos considerar como si fuese una fuente de financiación segura.

VALORACIÓN DEL RIESGO

Los posibles problemas a los que nos podríamos enfrentar pueden ir surgiendo durante la vida del negocio. Los problemas más usuales son:

- Cambio de la demanda. Este factor engloba a las diferentes modas o costumbres que puede aparecer a lo largo de todo nuestro negocio.
- Reacción de los competidores. Hay que tener en cuenta las posibles reacciones de los competidores a las variaciones de nuestros precios o de nuestras ofertas.
- Recesión económica. Este factor puede surgir según la disponibilidad económica que tenga la población para adquirir nuestros productos.

FASE PRELIMINAR

DEL PROYECTO

FASE PRELIMINAR: DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Realizar un estudio y diseñar:

- **En cuanto a la actividad:**
 - Elegir la forma jurídica de la empresa que mejor se adapte a vuestro proyecto.

Autónomo

- Nombre del titular del negocio.

Alfonso Serrano Oliva

- Nombre elegido para la empresa.

J@MY

- Anagrama de la empresa.
- Actividad comercial que constituirá el objeto de la empresa.
- Ubicación y localización de la empresa.

Travesía de Los Barrios, al lado del parque Mary, junto a la gasolinera.

- Forma elegida para la contratación del personal.

Será por entrevistas personales con los principales socios de la empresa.

- Autofinanciación de partida.

La autofinanciación será al principio de 6.000.000 pts. (3 millones por socio).

• **Desarrollo de la política comercial:**

- ◆ Forma de realizar los cobros a los clientes.

Al contado.

- ◆ Tipos de descuentos al cliente.

Las chicas que entre con un chico entran gratis

- ◆ Forma de realizar los pagos a los proveedores y a los acreedores en general.

Depende de la cantidad de dinero que sea, pero lo mas seguro que se haga al contado por la clase de negocio que es.

- ◆ Publicidad para introducirse en el mercado y darse a conocer a los nuevos clientes.

Distintas cuñas en la radio y televisión local, página web en internet, cuña en la radio de los 40 principales, al ser sus principales oyentes gente joven de la comarca, y en las primeras semanas hacer distintas ofertas.

• **Desarrollo de la política organizativa:**

- ◆ Prioridad en las tareas.

Las decisiones las toman entre los socios.

- ◆ División del trabajo.

Un socio se encargará de la barra junto con otros camareros/as el otro socio se encargará de la seguridad, música, relaciones públicas etc... (Estos trabajos se irán turnando durante la noche).

- ◆ Toma de decisión.

Las decisiones se tomarán en distintas reuniones que tendrán los socios del local.

- ◆ Archivo de documentos.

Tendremos los distintos libros y papeles que hacen falta para llevar bien los papeles del local

• **Desarrollo de la política contable:**

- ◆ Método e instrumentos contables.

Lo haremos manualmente por el plan contable y también lo llevaremos por algún programa informático

- ◆ Plan de cuentas.

Plan General De Cuentas

- ◆ Criterio de valoración de existencias.

Método FIFO

- ◆ Periodificación de balances.

Lo pondremos al día cada mes.

FASE INICIAL Y GESTION

DEL PROYECTO

FASE INICIAL: PUESTA EN MARCHA

DURANTE ESTA FASE TIENES QUE DAR TODOS LOS PASOS BUROCRATICOS NECESARIOS PARA PONER EN FUNCIONAMIENTO LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL. PARA ELLO DEBERAS HACER LO SIGUIENTE:

- ***Abrir una cuenta corriente donde depositar el dinero para operar.***

(Anexo I)

- ***Alquilar un local donde ejercer la actividad.***

El local será comprado a un familiar de un socio por lo cual no sale un poco más barato que lo normal por las dimensiones del local.

- ***Obtener la licencia de apertura en el ayuntamiento.***

(Anexo III)

- ***Confeccionar un rotulo o cartel publicitario.***

(Anexo IV)

- *Darte de alta en el censo fiscal y obtener la licencia fiscal*

(Anexo V)

- *Realizar la contratación de los trabajadores y darle de alta en la seguridad social.*

La contratación la elegirán los propios socios puesto que para este tipo de empresa o negocios hace falta tener buena presencia.

- *Legalizar los libros contables obligatorios.*

Esta actividad se realizara por ordenador por lo tanto cada año se imprimirá toda la información y se entregará en el sitio correspondiente.

- *Adquirir mobiliario y material de oficina.*

- *Aprovisionarte de mercadería.*

Nos pondremos en contacto con los proveedores para mirar los precios de la mercadería que vayamos a comprar.

- *Confeccionar un catalogo de productos a la venta.*

Este tipo de empresa no tiene catálogos.

- *Organizar el archivo y elaborar o comprar los impresos necesarios.*
- *Contratar un servicio de asesoramiento para la empresa.*

FASE DE GESTIÓN:

- Realizar un inventario inicial.
- Realizar una campaña publicitaria.

La campaña publicitaria de la discoteca va ser bastante agresiva poniendo anuncios en las radios locales y en la radio juvenil más famosa de la comarca (40 Principales), tambien cuña publicitaria en la televisión local de Los Barrios, Algeciras y San Roque, así como publicidad de carteles, en las salidas de los institutos y universidades de la comarca.

Lo que queremos es que le suene el nombre a toda la comarca y que todo el mundo sepa los tipos de fiestas que hacemos etc...

- Apertura los registros correspondientes: libros de correspondencia, libros de registros de facturas, libros de efectos y libros contables obligatorios.
- Realizar ventas a los clientes(mínimo tres ventas).
- Mantener relaciones por correspondencias con terceros.
- Pagar el alquiler del local.
- Realizar el pago de suministros: agua y luz.
- Realizar el pago de comunicaciones: teléfonos y sellos.
- Librar efectos a tus clientes y negociarlos.
- Atender a la devolución de un efecto impagado.
- Pagar la nómina de tus empleados.
- Confeccionar los balances de comprobación en los periodos correspondientes.

LOS BENEFICIOS QUE PENSAMOS TENER EN LOS PRIMEROS 5 AÑOS

TABLA DEL BENEFICIO DE

LOS PRIMEROS 5 AÑOS

	1	2	3	4	5
INGRESOS	44.520.000	48.972.000	52.424.000	56.876.000	61.328.000
GASTOS	16.026.000	17.628.000	19.220.000	20.822.000	22.424.000
IMPUESTO					
PERSONAL	8.736.000	8.900.00	9.100.000	9.231.000	9.326.000
SERV. EXTERIORES	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
TOTAL BENEFICIO					

- En las siguientes páginas explicamos con todo tipo de detalles todos los gastos e ingresos que pensamos que vamos a tener.

INGRESOS

Hemos calculado que entre la entrada que va a ser de 600 pesetas por persona y las copas que tomen dentro los ingresos por año serán de pesetas:

VIERNES SABADO

300 personas x 500 Ptas. = 150.000 Ptas. 350 personas x 600 Ptas. = 210.000 Ptas.

400 copas x 700 Ptas. = 280.000 Ptas. 425 copas x 700 Ptas. = 297.500 Ptas.

420.000 Ptas. 507.500 Ptas.

Si estas dos cantidades las sumamos nos da la cantidad que esperamos ingresar cada fin de semana, esta cantidad asciende a 927.500 Ptas. cada fin de semana, esta cantidad la multiplicamos por 4 fines de semana al mes y te da la cantidad de 3.710.000 Ptas., a la vez esta cantidad la multiplicamos por 12 meses del año asciende a la cantidad de 44.520.000 Ptas., en los siguientes años hemos ido a informarnos cuanto puede ser mas o menos el % de crecimiento de los negocios que se dedican a la noche y nos han informado que por año suelen tener un 10 % de ingresos, es decir, que por año tienen un crecimiento en ingresos de un 10% mas o menos. (esto lo hemos preguntado a los distintos locales de la comarca, Bar de copas en Los Barrios, Discoteca Portovelo en La Línea, El Cigarrón en Algeciras, etc...

GASTOS

El 90% de la juventud bebe bebida alcohólica y de ese % el 80 % prefiere Whisky con refresco.

La botella de Whisky suele costar unas 1.000 pesetas y hemos calculado que en una botella hay para unas 10 copas y hemos realizado el siguiente calculo:

Sumando las copas del viernes y del sábado en calculo que hemos hecho en el apartado de ingresos nos da un total de 825 copas.

825 copas / 10 cada botella = 83 x 1.000 botella = 83.000 Ptas. x 4 = 332.000 Ptas. x 12 = **3.984.000 Ptas.**

El hielo de la discoteca lo compramos a la empresa pro cubito que nos cuesta a 100 Ptas. la bolsa, hemos calculado que por cada copa van tres cubitos de hielo.

825 copas x 3 = 2.675 cubitos / 40 = 67 x 100 = 6700 Ptas. x 4 = 26.800 Ptas. x 12 = **321.000 Ptas.**

Los refrescos los compramos en botellín, acompañando cada copa con alcohol el refresco que pidan.

825 copas x 15 = 12.325 Ptas. x 4 = 49.300 Ptas. x 12 = **591.600 Ptas.**

La limpieza del local la harán dos mujeres que cobrarán 5.000 Ptas. cada fin de semana.

5.000 x 4 fin de semanas = 20.000 Ptas. x 12 = **240.000 Ptas.**

Los diferentes Dj que van a pinchar en la discoteca van a cobrar una media de 25.000 Ptas. por noche y los sábados traeremos un Dj de mas categoría que esos suelen cobrar una 35.000 Ptas. la noche.

60.000 Ptas. x 4 = 240.000 x 12 = **2.880.000 Ptas.**

Todos los sábados habrá una fiesta especial (espuma, baqueros, etc...) gastándonos una media de 100.000 Ptas. por fiesta.

100.000 Ptas. x 4 = 400.000 Ptas. x 12 = **8.000.000 Ptas.**

PERSONAL

Todo el personal de la discoteca cobrará 5.000 Ptas. por noche menos los dj que cobrarán lo antes puesto.

5.000 Ptas. x 5 = 25.000 x 2 = 50.000 Ptas. x 4 = 200.000 Ptas. x 12 = **2.400.000 Ptas.**

Los dos socios de la discoteca cobrarán la cantidad de 180.000 Ptas. todos los meses.

180.000 Ptas. x 2 = 360.000 Ptas. x 12 = **4.320.0000 Ptas.**

Calculamos el 30 % del salario de los trabajadores.

6.720.000 Ptas. x 30% = **2.016.000 Ptas.**

TRABAJOS EXTERIORES

La publicidad.

En los trabajos de publicidad hemos preguntado en diferentes graficas del municipio y en distintos sitios que se dedican a la publicidad y entre la grafica, rótulos etc... nos puede salir por 1.500.000 Ptas. mas o menos.

También pondremos diferentes cuñas publicitarias en distintos medios de comunicación como es la televisión local de Los Barrios, en la radio local, en la radio de los 40 principales que es una de las emisoras más escuchadas por la clientela que nosotros queremos etc... todo esto con una continuidad diaria.

Esto nos cuesta al año 500.000 Ptas. entre todas las televisiones y radios de la comarca del Campo de Gibraltar.