

PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO (TFG ADE)

El plan de negocio se centra en una startup de moda tecnológica llamada **Beston** que surgió en 2018 con una premisa innovadora: cuestionar por qué las personas todavía sienten frío en pleno siglo XXI. Como respuesta, decidieron lanzar un producto único: prendas de abrigo con un sistema de calefacción integrado, ofreciendo así una clara ventaja competitiva en el mercado.

La empresa ha experimentado un rápido crecimiento a lo largo del tiempo, siempre de la mano de sus consumidores, adaptándose a sus nuevas necesidades. Inicialmente, se enfocó exclusivamente en prendas de abrigo y con el tiempo ha diversificado su oferta para expandirse a nuevos segmentos del mercado. Este trabajo tiene como objetivo ofrecer al lector un análisis detallado de la empresa y de su actividad actual, así como su modelo de negocio, las características que la distinguen de sus competidores y de su forma de agregar valor a sus consumidores. Entre otras cosas exploraremos el reto de crecimiento y posicionamiento de marca al que se enfrenta la empresa, con el fin de llegar a un mayor número de consumidores. A lo largo del trabajo se seguirá un hilo conductor centrado en la estrategia de crecimiento que la empresa está implementando en su fase actual y con la que pretende expandirse a nuevos mercados y crear nuevos productos.

La estructura provisional del trabajo a realizar es la siguiente:

1- ÍNDICE

2- PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y DE SU MODELO DE NEGOCIO

2.1- RESUMEN EJECUTIVO DE LA EMPRESA (a realizar cuando esté todo el trabajo completo)

2.2- PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA: Cuando, como y por qué surge (que necesidades pretende cubrir?) , valores, público objetivo, misión y visión y objetivos.

2.3- EXPLICACIÓN DE SU MODELO DE NEGOCIO

2.4- CONFIGURACIÓN, CREACIÓN Y CAPTURA DE VALOR DE LA EMPRESA (explicación de su ventaja competitiva)

2.5- ANÁLISIS DAFO (ver como las oportunidades y las fortalezas > debilidades y amenazas que justifiquen la utilidad del producto)

3- PROPÓSITO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

3.1- RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA LA EMPRESA (centrarnos en el reto principal al que se enfrenta la firma; crecimiento y conocimiento de marca)

3.2- RESPUESTA DE LA MARCA ANTE LOS RETOS

3.3- ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS (incluir los recursos y capacidades de la empresa y el análisis VRIO (valuable, rare, costly to imitate and organized to capture value)

3.4- HORIZONTES ESTRATÉGICOS (relacionado con los objetivos a medio-largo plazo)

3.5- ANÁLISIS DEL MERCADO- Uso de la herramienta PESTEL para analizar la viabilidad de la estrategia implementada al proporcionar una visión más extensa de los factores macroeconómicos que podría impactar en ella).

4- PLAN DE MARKETING

4.1- ANÁLISIS DEL MERCADO Y DE LA COMPETENCIA (5 fuerzas de Porter)

4.2- ANÁLISIS Y SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

4.3- DEFINICIÓN DE las 4P'S (Product, Price, placement y promotion) y sus estrategias de mejora

4.4- PLAN DE DISTRIBUCIÓN. Incluir el reto de apertura de tienda física- Análisis del % de ventas en tienda física vs online. Incluir un análisis de sensibilidad entre abrir nuevas tiendas o invertir más en marketing digital como estrategia de crecimiento.

4.5- PLAN DE PROMOCIÓN/COMUNICACIÓN.

4.6- PLAN DE FIJACIÓN DE PRECIOS. Descuentos y promociones.

4.7- EL PROCESO DE COMPRA PARA EL CONSUMIDOR- ¿Cómo es?. Puntos de mejora (en principio mediante el uso de información cuantitativa y cualitativa de la empresa)

4.8- EVALUACIÓN Y CONTROL: indicar cuales son los principales KPIs y estudiar su resultado. Realización de una encuesta para analizar cuáles son las principales áreas de mejora y buscar soluciones.

5- PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS.

5.1- PLAN DE COMPRAS (previsión de stock)

5.2- PROCESO DE FABRICACIÓN

5.3- CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (análisis de la capacidad instalada vs su uso real)

5.4- GESTIÓN DE STOCK/EXISTENCIAS.

5.5- PROVEEDORES Y APROVISIONAMIENTO.

5.6- PLAN DE EXTERNALIZACIÓN DE FUNCIONES

8- PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

8.1- MEDIOS DE FINANCIACIÓN.

8.2- SISTEMA DE COBRO A CLIENTES Y PAGO A PROVEEDORES.

8.3- PRESUPUESTO DE TESORERÍA.

8.4- EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

8.5- ANÁLISIS DE COSTES INCURRIDOS

8.6- BALANCE DE SITUACIÓN Y CUENTA DE RESULTADOS (en principio con el uso de un multiplicador)

8.7- PUNTO DE EQUILIBRIO

8.8- RATIOS DE RENTABILIDAD

8.9- EVALUACIÓN Y CONTROL- Selección de KPIs y comentar su resultado

9- BIBLIOGRAFÍA