

PLAN DE EMPRESA

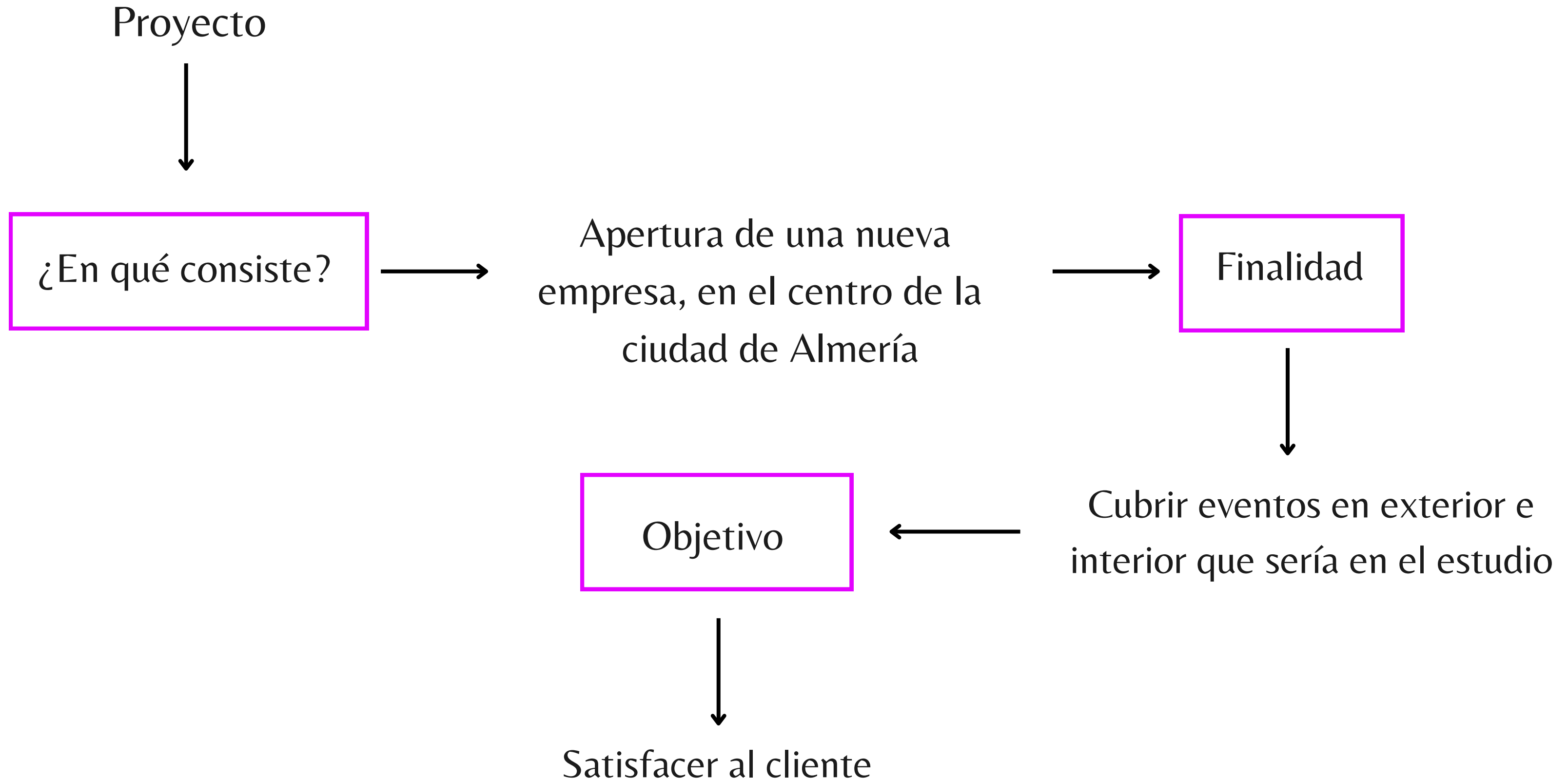
Rosa María Casquet Martínez
Antonio Marcos Salvador
2º C.F.G.S. Fotografía B



ÍNDICE

1. Introducción
2. Objetivos del proyecto empresarial y presentación de promotores
3. Descripción de la actividad de la empresa: el producto
4. Mercado
5. Comercialización: plan de marketing
6. Plan de operaciones
7. Localización
8. Recursos humanos
9. Responsabilidad social
10. Plan de viabilidad económica-financiera
11. Elección de forma jurídica
12. Calendario

1.INTRODUCCIÓN



2. OBJETIVOS DEL PROYECTO EMPRESARIAL Y PRESENTACIÓN DE MONITORES

Objetivo principal

Es abrir una empresa de organización de eventos en Almería y satisfacer a los clientes

Misión

Facilitar a los clientes la comodidad y seguridad a la hora de cubrir los eventos con la intención de crear un evento único para cada cliente.

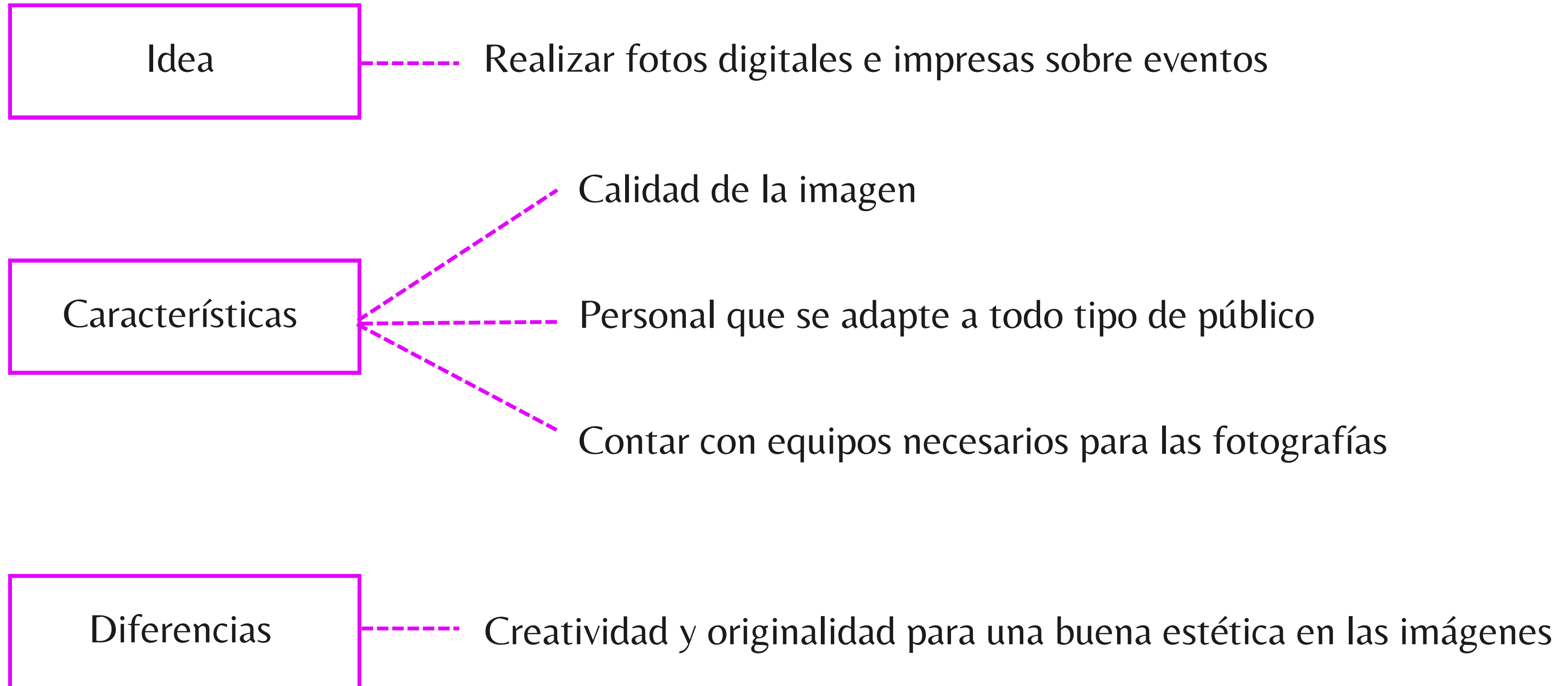
Visión

Consiste en ser un profesional en el ámbito de la organización de eventos y mejorar constantemente los servicios que ofrece la empresa.

Valores

Deben cumplir con los parámetros establecidos y prometidos del producto

3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA: EL PRODUCTO



Pasos para crear una empresa

Ubicar dónde queremos el local

Ver en la situación en la que se encuentra el suministro de agua y electricidad.

Para tener un local necesitaremos una licencia comercial.

Trámites necesarios para gestionar las licencias de obras.



4. MERCADO

Cliente

Son las personas que quieran conseguir fotografías sobre sus eventos, lo cual es una manera de tener un recuerdo y satisfacer a los invitados.

Competidores

Los principales competidores directos son aquellos que venden un producto o servicio similar al nuestro, es decir, que realicen fotografías de eventos.

Debilidades

- Desconocimiento y falta de experiencia.
- Miedo y timidez.
- Egoísmo, significa pensar en el beneficio propio en lugar del bien común.
- Falta de empatía: pensar en cómo nos gustaría que nos tratase la gente a nosotros.

Amenazas

- Competencia con experiencia.
- Crecimiento lento del mercado.
- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.

Fortalezas

- Calidad del producto
- Coordinación entre el personal
- Buena ubicación del local
- Motivación
- Manejo de internet y redes sociales
- Capacidad comunicativa y colaborativa

Oportunidades

- Crecimiento rápido del mercado
- Entrar en nuevos mercados o segmentos.
- Saber cómo atender a los clientes.

5. COMERCIALIZACIÓN: PLAN DE MARKETING

Precios Reportajes boda, comunión, bautizos

	Precio
Reportaje (fotografías)	450 €
Libro de fotos	350 €
Reportaje pre-bodas o post-bodas	120 €

Precios por horas

Por horas	85 €
2 horas	200 €
4 horas	300 €
8 horas	500 €

6. PLAN DE OPERACIONES

Equipos
necesarios

Cámara digital, trípode, flashes de mano, reflectores, atrezzo dependiendo del tipo de evento que se vaya a cubrir.

Cámara digital, trípode, kit de flashes, célula, atrezzo, difusores y reflectores, fotómetro, fondo blanco o negro y geles de colores.

Lugar o
espacio

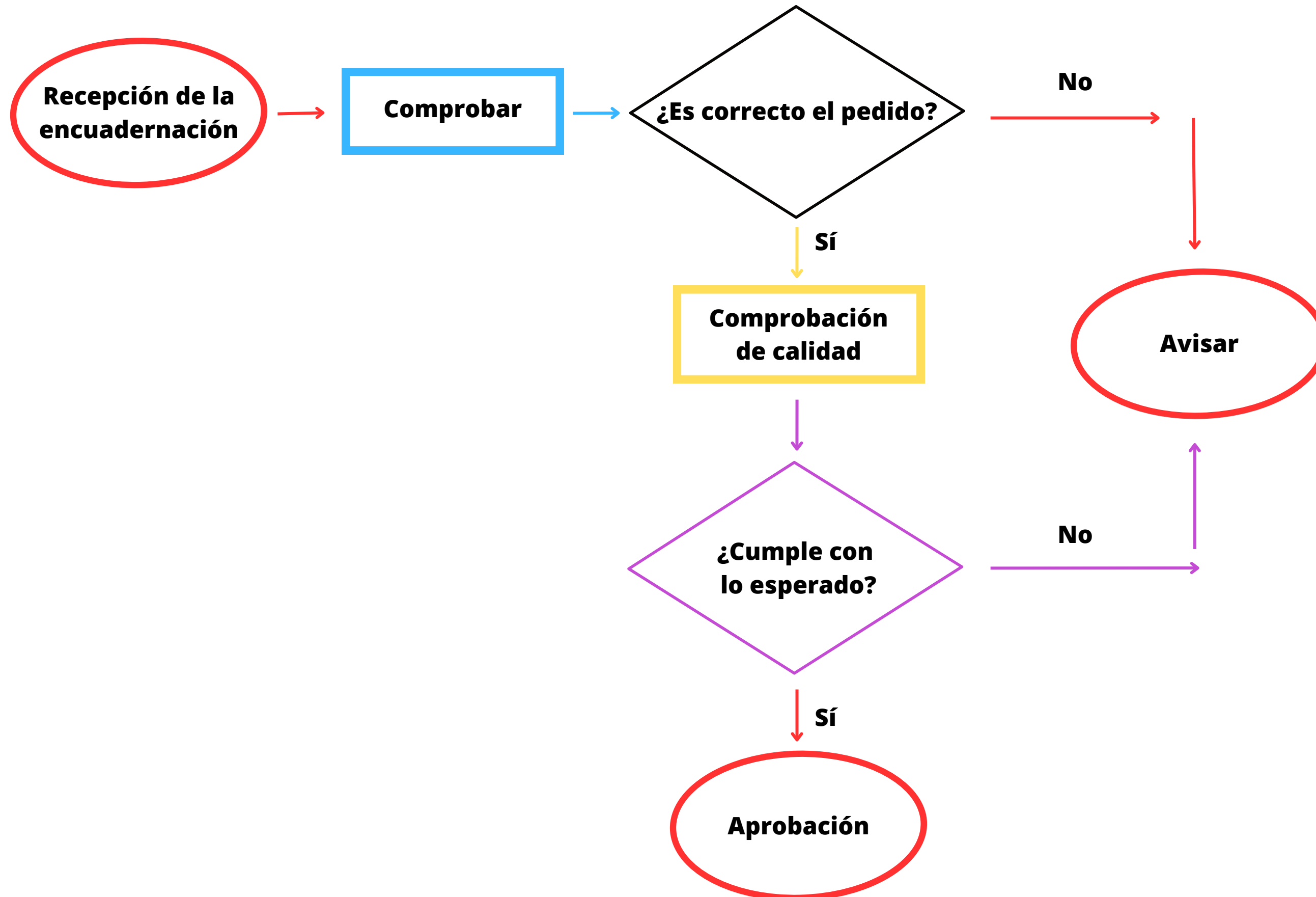
Contamos con un espacio cerrado, en este caso el local con el estudio y otro en el exterior que será el lugar del evento.

Proveedores

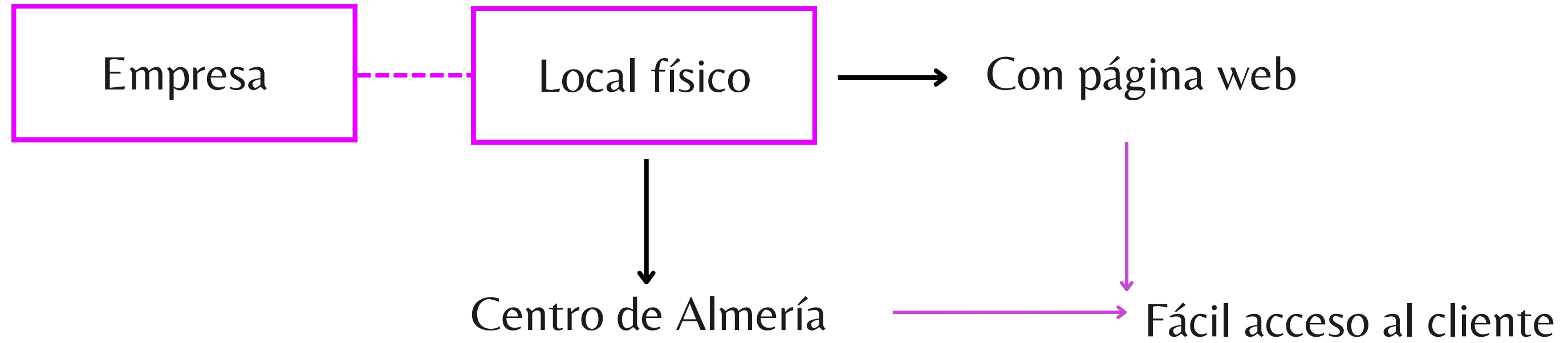
Empresa de encuadernación

Empresa de embalaje y envío, que de este se encarga correos.

Flujograma



7. LOCALIZACIÓN



8. RECURSOS HUMANOS

EMPRESA

Compras
Antonio Marcos Salvador

Producción
(empleados)
2 trabajadores

Comercial
(dueño de la empresa)
Rosa María Casquet
Antonio Marcos Salvador

Administración
Rosa María Casquet

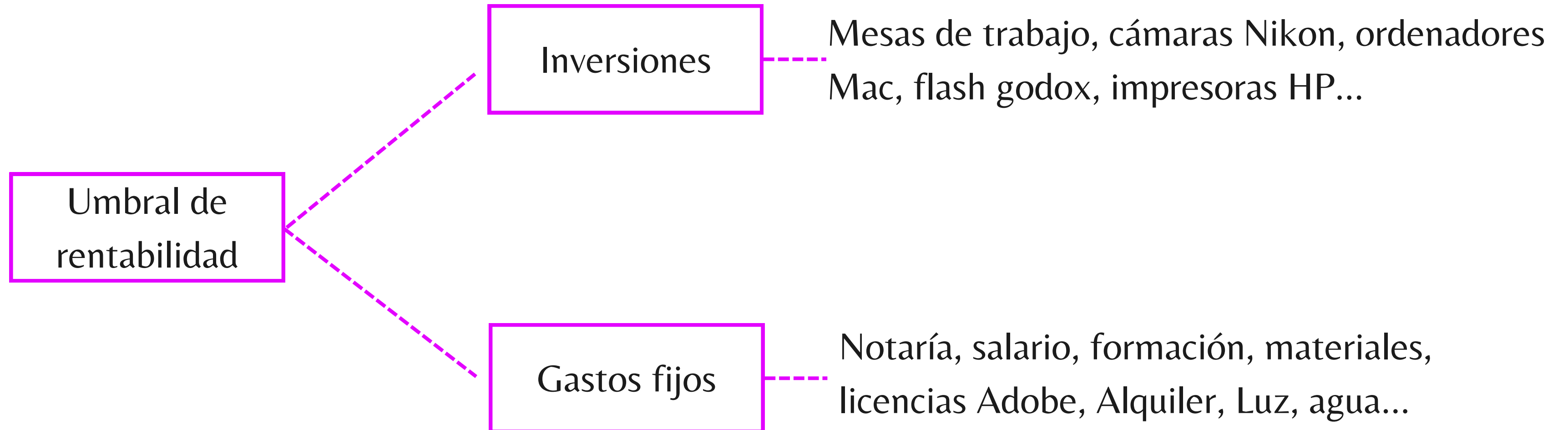
Rosa María Casquet
Antonio Marcos Salvador



9. RESPONSABILIDAD SOCIAL



10. Plan de viabilidad económica-financiera



11. Elección de forma jurídica



12. Calendario

Semana 1	----- Previsión del local
Semana 2	----- Instalaciones necesarias (obras)
Semana 3	----- Decoración y colocar los muebles
Semana 4	----- Apertura del local