

TRABAJO DE FIN DE GRADO



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO 2015 – 2016

La empresa bajo una necesidad social

Autor: Javier Sepulcre Gómez

Tutora: María José López Sánchez

SUMARIO

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Páginas
- Resumen	4
- Retrospectiva y nombre elegido de la empresa	5
- Objetivos	6
- Equipo emprendedor	
o Currículum Ana Puertas Montesinos	7 - 8
o Currículum Javier Sepulcre Gómez	9 - 10
o Currículum Olga Apirece	11 - 12
DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO Y SERVICIO	
- Los servicios en la página web www.disabledpark.com	13 - 15
- Los servicios en las aplicaciones para Android e IOS	16 - 17
- Situación actual del producto	18
PLAN DE MARKETING	
- Público objetivo	19
- Análisis de mercado	19
o Análisis del sector	20 - 21
o Análisis de la competencia	22 - 24
- Análisis DAFO	25 - 28
- Plan de ventas	
o Estrategia de ventas	29
o Canales de distribución	30
o Política de precios	31
- Estrategia de comunicación	32 - 34
RECURSOS HUMANOS	
- Organigrama	35 - 38
- Funciones detalladas:: Puesto de trabajo a ocupar	39
- Formas de contratación	40
ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN	41
ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA	
- Elección de forma jurídica	42 - 43
- Trámites para la constitución o puesta en marcha	44
- Datos de identificación	45

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

- Introducción. ¿Dónde está la rentabilidad?	46
- Plan de inversión inicial	
o Gastos	47 - 48
o Ingresos	48 - 49
- Fuentes de financiación	50
- Estimación de la fuerza de ventas	51
- Cuenta de resultados de pérdidas y ganancias	51 - 52
- Balance de situación provisional	53
- Conclusiones	54 - 55
- Bibliografía	56

Tablas

Tabla 1. Diferencia con la competencia	26
Tabla 2. Inversiones previstas	47
Tabla 3. Gastos	48
Tabla 4. Ingresos	49
Tabla 5. La financiación	50
Tabla 6. Estimación de las ventas para los primeros tres años	51
Tabla 7. Cuentas de resultados para los tres primeros años	52
Tabla 8. Balance de la situación provisional	53

RESUMEN

Imaginemos la situación en la que tienen que llevar a algún familiar o amigo que no tiene plena capacidad de movilidad. Para una persona sin discapacidad, encontrar aparcamiento es solamente una cuestión de tiempo puesto que se puede desplazar sin problemas a pie. En el caso de las personas con movilidad reducida, todos sabemos que estas plazas especiales existen, están adaptadas a sus necesidades y se encuentran en sitios clave para que puedan desplazarse sin tener que hacer un largo camino hasta los sitios de mayor interés público.

Disabled Park es una aplicación móvil que servirá para que las personas con movilidad reducida o sus acompañantes tengan a su disposición el lugar exacto donde se encuentran esas plazas con la posibilidad, además, de consultar la información desde su casa, a través de nuestra página web.

Con todo esto, pretendemos reducir el tiempo de búsqueda de estacionamientos, especialmente para las personas más vulneradas, lo que actualmente constituye un gran problema para cualquier ciudadano en general y consecuentemente que las ciudades sean más accesibles para todos.

Adicionalmente, Disabled Park podrá utilizarse para fomentar el turismo y ocio ya que también aparecerán lugares cercanos de interés. Por ejemplo, una persona con discapacidad que no conozca la ciudad puede saber qué establecimientos (como hoteles, cafetería, bancos...) tienen cerca un aparcamiento.

Gracias al apadrinamiento, una persona o empresa podrá ganar más Responsabilidad Social Corporativa (RSC) apadrinando una plaza en nuestra web, por un módico precio. Apareciendo el logotipo de la empresa en nuestro mapa geográfico de localización de plazas, la persona con movilidad reducida sabrá que ese hotel, cafetería, tienda, etc. contribuye con esta buena causa.

Este trabajo final de grado presenta, además del plan de empresa de Disabled Park, un análisis propio sobre el desarrollo del mismo, una actualización completa de los datos y un estudio de las causas de que no se desarrollara tal y como se previó en un principio. En el plan financiero es donde mejor se observa el incumplimiento de los objetivos que se propusieron del año 2013 al 2015.

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

RETROSPECTIVA

Este proyecto lleva elaborándose desde hace 5 años, surgió en el trayecto hacia una ciudad que desconocíamos el lugar donde aparcar, ya que, la protagonista de la idea, nació con más del 75% de movilidad reducida. Para trasladarse en coche, siempre le acompaña la tarjeta de estacionamiento para personas con movilidad reducida, que le permite estacionar el coche en toda la Unión Europea, en esas plazas habilitadas para tal uso.

Como decía, desconocíamos dónde se encontraban esas plazas, y digo desconocíamos porque lo que fue una simple idea contada al viento entre tres amigos, provocada por llegar tarde a un evento ese mismo día y plasmada en algo tan sólo dos hojas llenas de deseos en papel y tinta, hoy por hoy es una realidad, porque ahora sí conocemos donde aparcar en esa y muchas ciudades más.

Al realizar este trabajo final de grado, he podido identificar, cual han sido las causas por las que no hemos podido alcanzar los objetivos económicos que nos marcamos en su momento.

Es de agradecer y sobre todo un honor que la Universidad haya aceptado el proyecto que llevo a cabo desde entonces, como trabajo final de grado. No hay manera más emotiva de acabar una carrera que con un trabajo final de grado que siento como algo propio, elaborándose desde el segundo año de carrera, junto con mis compañeros día a día.

NOMBRE ELEGIDO PARA LA EMPRESA

El nombre de la empresa que vamos a presentar en este proyecto es "DISABLED SOLUTIONS S.L". Nuestra empresa tendrá la finalidad y como actividad principal la promoción y comercialización de una aplicación innovadora DISABLED PARK pero también ofrecer vía on-line una serie de servicios orientados a cubrir las necesidades básicas de las personas con movilidad reducida.

OBJETIVOS

- **Poseer el único mapa interactivo** donde se ubiquen todas las plazas de parking para minusválidos a nivel nacional en una primera fase, europeo segunda y mundial en tercera fase. Esto será posible localizando e insertando todas las plazas y su coordenadas geográficas en nuestro sistema interactivo para posteriormente mostrarlo a través de la plataforma que queramos. En España estimamos que hay unas 70.000 plazas y en Europa unas 600.000. Esta estimación es propia, nos hemos guiado por el número de plazas introducidas de la base de datos de municipios que tenemos y hemos hecho una estimación de los que nos quedan por meter.
- **Crear la Base de datos de empresas segmentadas más relevantes** a nivel nacional primera fase, europeo segunda y mundial en tercera fase. Mediante la creación del sello, banner DISABLED PARK de empresa responsable y solidaria con las personas con discapacidad, nos va a permitir que cualquier empresa de forma gratuita se dé de alta en nuestro directorio para conseguir el banner DISABLED PARK. Al colocarlo en su web, hará que sus clientes puedan tener información de qué parkings para personas con discapacidad hay alrededor de la empresa. De esta forma simplemente con la difusión del proyecto y la captación de empresas generaremos una base de datos actualizada y potente de empresas.
- **Dotar de sistemas de financiación a las organizaciones que apoyan a discapacitados** de cualquier tipo. ¿Cómo?, a través del apadrinamiento de plazas, una plaza en DISABLED PARK se puede apadrinar y personalizar con el nombre, logo de la empresa apadrinadora. El coste del apadrinamiento es de 15 euros/año. DISABLED PARK además llegará a acuerdos con grandes asociaciones de personas con discapacidad con el fin de que ellos mismos busquen padrinos para las plazas situadas en sus ciudades. Un 30% del valor de la plaza va destinado a la asociación que se dedica a comercializarla. Financiar nuevos proyectos relacionados con la responsabilidad social corporativa vinculados con la tecnología y con las nuevas aplicaciones móviles. Al mismo tiempo en DISABLED PARK no paramos de pensar y creemos que la gente no sólo va a ser capaz de apadrinar plazas sino que va a ser capaz de financiar nuestros nuevos proyectos si los planteamos con coherencia y un buen plan de negocio para cada uno de ellos.



- Pero lo que consideramos primordial es **crear puestos de trabajo para los principales usuarios** de nuestro sistema, es decir, las personas con movilidad reducida y así involucrarlos en un largo proceso para el bienestar de todos.

EQUIPO EMPRENDEDOR

ANA PUERTAS MONTESINOS

D.N.I.: 74365176-N

Fecha de nacimiento: 23 de Diciembre de 1988 - Elche (Alicante)

Dirección: C/ Antonio Gomis Vicente, nº7, 4º Izda. 03206. Elche (Alicante).

Teléfono: 663 34 36 88

E- mail: ana.puertas.montesinos@gmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

- | | |
|--------------------------|--|
| 2012 - actualidad | Máster en Gestión de Recursos Humanos, Trabajo y Organizaciones en la Universidad Miguel Hernández de Elche |
| 2009 - 2012 | Diplomada en Relaciones Laborales en la Universidad Miguel Hernández de Elche |
| 03/2012 - 04/2012 | Community Manager en la Empresa impartido por la Universidad de Alicante |
| 2007 - 2008 | Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing , I.E.S Severo Ochoa |

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- | | |
|--------------------------|---|
| 19/04 – actual | Prácticas del Máster de RRHH en el Adecco ETT Elche . Acogida de candidatos y recepción de CV's, criba curricular, gestión de ofertas, entrevistas presenciales y telefónicas, contratos, altas y bajas. |
| 2011 – actualidad | Co-Fundadora de Disabled Solutions S.L. |
| 12/2008 – 03/2009 | Realización de prácticas del Ciclo Formativo Superior en Gestión Comercial y Marketing en el Observatorio Ocupacional de la Universidad Miguel Hernández de |

Elche contribuyendo en la búsqueda de soluciones y planificación de métodos atractivos de comunicación entre el Observatorio, las Facultades y Escuelas Universitarias.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Febrero 2009 Ciclo de conferencias “**Competencias y Habilidades para Emprender**” organizado por la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la UMH de 30 horas de duración.

Septiembre 2008 Curso de “**Diseño de páginas web**” impartido por Deusto Formación de 250 horas lectivas.

IDIOMAS

Inglés. Certificación Grado Intermedio EOI ELX. En la actualidad, cursando 1º Nivel Avanzado en la Escuela Oficial de Idiomas. Inglés Comercial

Valenciano. Nivel elemental oral y escrito.

Francés Cursado 1º Nivel Básico en la Escuela Oficial de Idiomas

INFORMÁTICA

- **Entornos Operativos:** Windows 98,2000 y XP
- **Microsoft Office:** Word, Excel, Access 2003 y 2007
- **Internet:** Diseño de páginas web, email y navegación.
- **Diseño:** Photoshop, Paint Shop Pro, Macromedia Flash 8

OTROS DATOS DE INTERÉS

Debido a una malformación de nacimiento, sufro una minusvalía (79%) que me impide caminar correctamente. No obstante mi movilidad es casi total, y no me impide realizar ninguna de las funciones propias de mi profesión.



JAVIER SEPULCRE GÓMEZ

D.N.I.: 74367772-D

Fecha de nacimiento: 23 de Diciembre de 1986 - Elche (Alicante)

Dirección: C/ Capitán Antonio Mena, nº70, 7º Izda. 03205. Elche (Alicante).

Teléfono: 662 08 87 28

E- mail: javiersepulcretis@gmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2009 - actualidad** **Grado de Administración y Dirección de Empresas**
en la Universidad Miguel Hernández de Elche
- 2007 - 2008** **Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing**, I.E.S Severo Ochoa, Elche
- 2005 - 2006** **Técnico Medio en Comercio y Marketing**, San José de Calasanz, Elche

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- 2011 – actualidad** Co-Fundador de Disabled Solutions S.L.
- 09/2006 – 12/2006** Realización de prácticas del Ciclo Formativo Medio de Comercio y Marketing en la oficina de la empresa Sepenlit S.L. de Artes Gráficas realizando:
- Prospección de mercado
 - Atención al cliente
 - Diversas tareas de comercial
- 09/2008 -12/2008** Realización de prácticas de Ciclo Formativo Superior de Gestión Comercial y Marketing en la oficina de la empresa Artes Gráficas San Isidro S.L. realizando:
- Atención al cliente
 - Prospección de Mercado
 - Community Manager

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

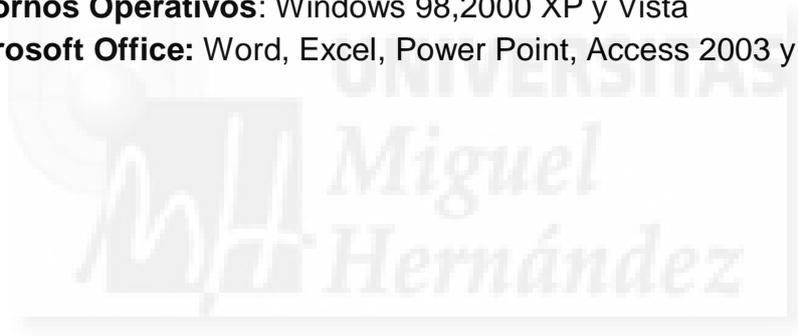
- Mayo 2013** Curso de prevención de riesgos laborales adaptado al puesto de monitor de rampa (Swissport).
- Mayo 2013** Curso básico de concienciación de seguridad aeroportuaria.

IDIOMAS

- Inglés** Nivel medio oral y escrito
- Valenciano** Nivel medio oral y alto escrito.

INFORMÁTICA

- **Entornos Operativos:** Windows 98,2000 XP y Vista
- **Microsoft Office:** Word, Excel, Power Point, Access 2003 y 2007





OLGA APIRECE

NIE: X7800557-S

Fecha de nacimiento: 5 de Diciembre de 1986

Nacionalidad: Moldavia

Dirección: C/Doctor Sapena 45, 5-1, 03204 Elche

Teléfonos: 677 45 15 15

E-mail: olga.apirece@gmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

2008 - 2013 Licenciada en Derecho
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

2007-2008 I.E.S. Severo Ochoa. **Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing**
–Investigación comercial y Marketing en el punto de venta
–Logística, provisión de stocks, compraventa
–Inglés Comercial

1994-2006 Liceo Francés en Chisinau, Moldavia. **Bachillerato homologado**

EXPERIENCIA PROFESIONAL

2011 - actualidad Co-Fundadora de Disabled Solutions S.L.

Marzo 2011 - actualidad **Operadora de cambio de divisas** en la empresa
“Global Exchange”

Enero 2008 - Setiembre 2010 Trabajo esporádico de Guía turística en el
jardín botánico “Huerto del Cura”

Noviembre - marzo 2009 Prácticas en el departamento de Marketing en
“Limpiezas NET”

Enero - febrero 2006 **Auxiliar administrativo** en Construcciones
“Vifraemen”

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Abril, Noviembre 2010 Curso de **inmersión en inglés**, Universidad Menéndez Pelayo

Febrero 2008 Curso de **“Motivación Empresarial”**, organizado por el IES Severo Ochoa e impartido por el Centro Europeo de Empresas Innovadoras (CEEI), celebrado en Elche. 4 horas duración

Mayo 2007 Curso de **“Inglés comercial”**, organizado por la Consejería de Empresas, Universidad y Ciencia, celebrado en Alicante, cuyas sesiones sumaron 50 horas lectivas

IDIOMAS

Inglés Nivel alto oral y escrito

- Certificado de Inglés Comercial
- Certificado nivel C1, Curso de inmersión lingüística en inglés Realizado en la Universidad Menéndez Pelayo, Santander
- 3 semanas de estudio Malta

Francés Nivel alto oral y escrito

- 5 semanas de estancia, estudio y perfeccionamiento en Remiremont(Francia)
- Certificado de conocimientos de francés remitido por la Embajada de Francia en Moldavia

Ruso Nativo

Rumano Nativo

Castellano Bilingüe

INFORMÁTICA

- **Entornos operativos:** Windows 98, 2000, XP, Vista
- **Microsoft Office:** Word, Excel, Access, PowerPoint
- **Internet:** e-mail y navegación

DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO Y SERVICIO

Nuestro servicio se basara en ofrecer una aplicación innovadora que tenga como principal objetivo evitar los problemas de estacionamiento con los que se encuentran los discapacitados día tras día y de este modo facilitar al máximo la vida de las personas con movilidad reducida, eliminando barreras. Tras un estudio preliminar de la competencia, consideramos que poseemos una ventaja comparativa frente al resto, dado que contamos con una base de datos donde están situadas las plazas de aparcamiento para las personas con movilidad reducida que contempla las ciudades más importantes de España. Además, contamos con una plataforma web que va a facilitar el día a día con numerosos servicios al que va a poder acceder cualquier persona y en especial las personas con movilidad reducida.

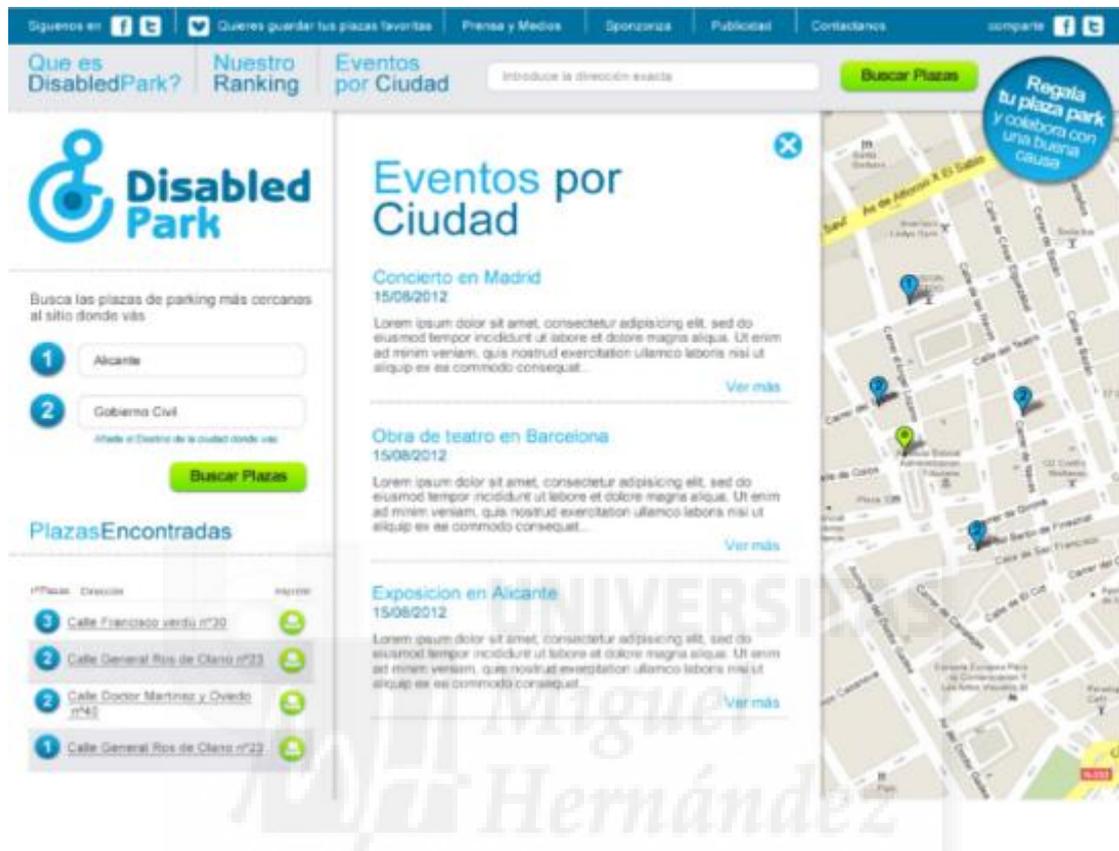
LOS SERVICIOS EN LA PÁGINA WEB WWW.DISABLEDPARK.COM

Los principales servicios que aporta la página web www.disabledpark.com a sus clientes es:

- **Localización de plazas de aparcamiento** Contamos con un mapa virtual donde los usuarios podrán ver donde se encuentran las plazas de aparcamiento ya introducidas, además de un buscador en el que introduciendo la calle y ciudad donde el usuario desee ir, le aparecerá la plaza más cercana.



- **Sección de eventos** Aquellas personas que estén interesadas en saber la adaptabilidad de futuros eventos de diverso carácter cultural en su ciudad, podrán informarse en nuestra web si el recinto está habilitado para las personas con discapacidad y facilitaremos la venta de entradas.



- **Apadrinamiento de Plazas** Cualquier persona entidad pública o empresa privada podrá publicitarse en nuestra web y aplicaciones adquiriendo, virtualmente por 14,99 € al año, una plaza de aparcamiento para personas con discapacidad situada en nuestra web, de tal manera que cuando una persona busque esa plaza en concreto pueda ver la información de la empresa (logotipo, dirección, página web, teléfono, etc).



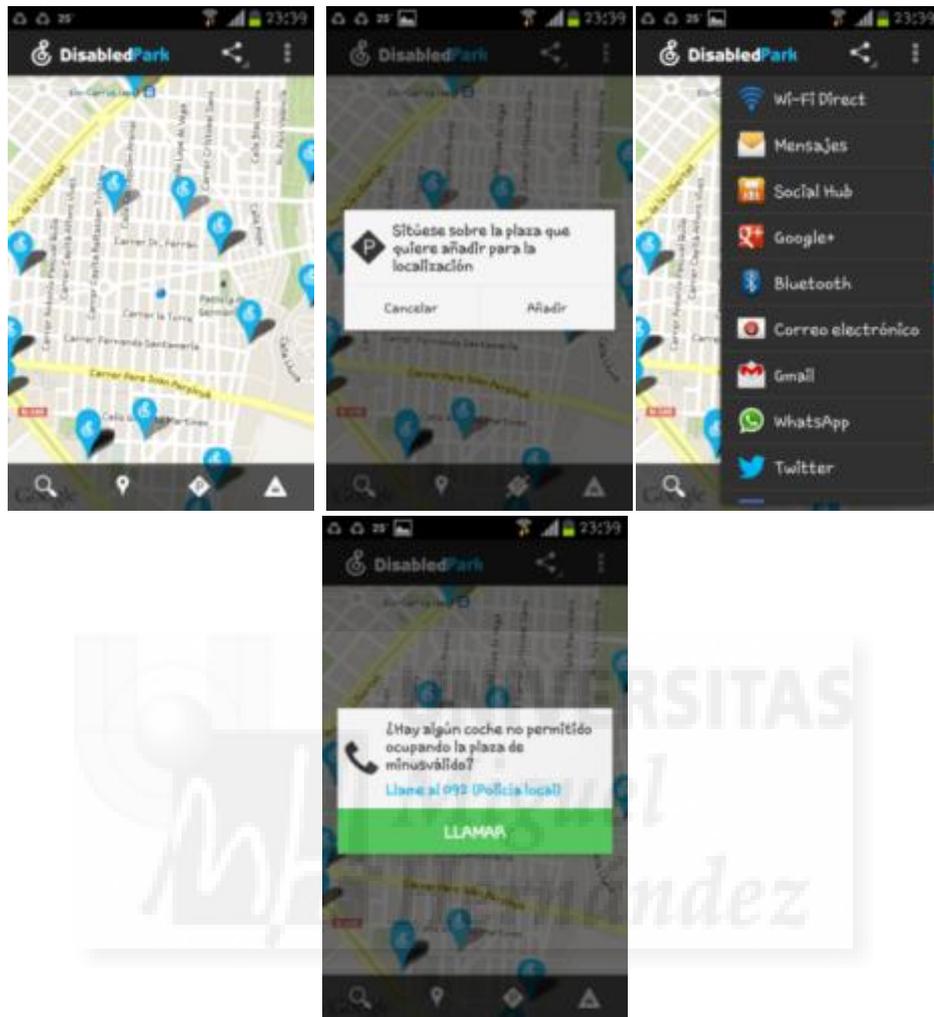
- **Sección de prensas y medios.** El usuario va a estar al día de todas las noticias relacionadas con nuestro producto y además otras empresas relacionadas con nuestro servicio podrán publicitarse en nuestra página web.



- **Historial.** Todas las búsquedas que se realicen van a quedar registradas de tal manera que mostraremos un ranking a nivel nacional por ciudades de cuáles son las plazas más solicitadas. Además, cada usuario podrá contar con su propio historial dado que se guardará en su "cuenta" las últimas plazas visitadas.

LOS SERVICIOS EN LAS APLICACIONES PARA ANDROID E IOS

ANDROID



En la aplicación para Android cualquier usuario podría introducir de manera rápida y sencilla cualquier plaza de aparcamiento que no esté todavía disponible en la aplicación.

Además sería posible la difusión y la posibilidad de compartir la aplicación a través de cualquier red social.

El que haya un coche no permitido ocupando una plaza de aparcamiento para las personas con movilidad reducida supone un problema a la hora de estacionar nuestro vehículo. Nuestra aplicación muestra a golpe de click el teléfono que le pondrá en contacto con la policía local de la ciudad en la que se encuentre para solicitar que retiren el vehículo infractor.

iOS



SITUACIÓN ACTUAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO

El producto está actualmente disponible para las tablets y smartphone en AppleStore y GooglePlay de manera gratuita.

En cuanto a la página web, está en constante desarrollo a nivel informativo, es decir, poseemos actualmente más de 27.000 plazas de aparcamiento geolocalizadas en unos 150 municipios, pero tenemos una base de datos por introducir de unos 100 municipios más.

Los principales logros e hitos conseguidos hasta ahora en cuanto a premios y reconocimientos externos son:

- 4/12/2015** 1ª Edición “I Premio Nacional Emprendimiento Elevator Pitch”. Segundo premio otorgado por L’alfas Intelligence.
- 27/06/2014** Premio “mejor proyecto tecnológico dirigido a smartcities”. El evento “Startup4cities, es una iniciativa promovida por Fundetec y la Red Española de Ciudades Inteligentes.
- 10/11/2013** Premio “mejor empresa Acción Social” en los premios EMPRENJOVE otorgado por BANKIA
- 9/05/2012** Mención de Honor al proyecto “Disabled Park” en el concurso “Elche Emprende” otorgado por el Ayuntamiento de Elche.

- 3/05/2012** Proyecto “Disabled Park” ganador del premio Fundación Universia 2012 al Mejor proyecto nacional orientado a la discapacidad, otorgado por el Banco Santander.
- 27/09/2011** Disabled Park ganador de la I edición del concurso “Construyendo una idea empresarial en 48 horas” realizado por el “Observatorio de Inserción Laboral” de la Universidad de Alicante.
- 06/2011** Finalista del proyecto Disabled Park en la XVI edición de los premios FUNDEUN de la Universidad de Alicante.
- 06/2011** Mención de Honor de la iniciativa Disabled Park en el concurso “UMH Emprende” convocado por la Universidad Miguel Hernández de Elche.
- 03/2011-09/2011** Proyecto Disabled Park ganador en la primera edición del concurso de jóvenes emprendedores “YUZZ Alicante” para ideas de base tecnológica de la Fundación Banesto premiado con una estancia de una semana en San Francisco visitando empresas de gran importancia en Silicon Valley tales como IDEO, INNOVALLEY, GOOGLE, etc. Y obteniendo charlas con sus fundadores como Carles Barrabés de StepOne y Bernardo Hernández director global de productos emergentes de Google.

PÚBLICO OBJETIVO

Por el momento nos dirigimos a los casi 4 millones de personas con discapacidad que hay en España (INE 2008). Nuestro reto final será abarcar el mercado europeo que consta de unos 80.000.000 de personas con discapacidad (Comisión Europea 2010) y llegar a aquellas ciudades mundialmente más conocidas. Conocemos que en todo el mundo hay casi 200.000.000 de personas con discapacidad (OMS 2011). Como hemos comentado, nuestra demanda se caracteriza por:

- Tener cierta discapacidad que le impida moverse correctamente y la falta de total independencia de su día a día.
- Familiares y acompañantes de las personas con movilidad reducida.
- No tenemos un mínimo ni un máximo de edad, nos dirigimos tanto a personas con discapacidad o acompañantes, menores y mayores de edad.
- No necesitar de una capacidad económica propia puesto que es un servicio que vamos a ofrecer a de manera gratuita a los usuarios.
- Todas las empresas y administraciones públicas que quieran publicitarse y que estén preocupadas por su responsabilidad social corporativa.

ANÁLISIS DEL MERCADO:

ANÁLISIS DEL SECTOR

En España más de 3,8 millones de personas se encuentran en situación de dependencia, según el Instituto Nacional de Estadística (INE 2008) y que gracias a la Ley de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad, en 2003 el mercado turístico ha crecido a favor de las personas con movilidad o capacidades reducidas. A pesar de que anteriormente ya se ha descrito el público objetivo, en este análisis del sector volveremos a hacer referencia a él más adelante porque creemos que va muy ligado al sector servicios. Es por eso que los hemos introducido en dicho análisis.

Una de las auténticas barreras que se levantan ante una persona con movilidad reducida para disfrutar plenamente del turismo es la falta de información. Con frecuencia, la persona con movilidad reducida, sabe lo que busca, qué tipo de producto turístico desea y su destino específico. En otras ocasiones, sólo es consciente de su deseo y cualquier destino bastaría para satisfacerle. Pero en uno y otro caso, es imprescindible que se informe de las posibilidades reales que tiene de ver sus deseos hechos realidad. Para lo cual, necesita conocer si su destino es accesible e incluso, si existe un transporte accesible que le lleve a él. De ahí, la importancia de una información previa de las condiciones de accesibilidad que se va a encontrar en su destino. El transporte, el alojamiento,

los atractivos turísticos y los servicios complementarios, deberán de contar con unas condiciones de accesibilidad acordes con las limitaciones del propio cliente.

Por otro lado, los establecimientos turísticos de todo tipo que cuentan con posibilidades de recibir turistas con problemas de movilidad, al disponer estos de instalaciones accesibles, han de darlo a conocer, porque en el mundo actual las comunicaciones con las que contamos, permiten que llevemos nuestra oferta hasta rincones insospechados. La imagen que transmite un área o región, proporcionando este tipo de análisis de sus infraestructuras, hace proyectar una imagen de una sociedad moderna e integradora de todos sus ciudadanos, a la vez que dinamiza la economía local, abriendo una oferta a nuevos mercados de clientes para sus instalaciones.

Sin embargo, aún queda mucho por hacer hasta llegar a una verdadera normalización del sector. Es necesario fomentar que las personas con discapacidad puedan viajar con sus parejas, hijos o padres a cualquier lugar, y no sólo a lugares que tengan servicios exclusivos para ellos. En España hemos avanzado mucho, hemos pasado de no considerar la accesibilidad a que surjan iniciativas y a tener apoyo de las administraciones públicas. Percibimos que las personas con discapacidad pueden tener controlado su entorno inmediato, pero el problema es que cuando se van de vacaciones no saben qué se van a encontrar, y lo que se hallan generalmente es inaccesible para ellos y las personas que viven estos problemas día a día comprenderán a lo que nos estamos refiriendo. El transporte tampoco ofrece muchas más soluciones: casi la mitad de los discapacitados motores está obligado a usar un coche adaptado para poder trasladarse a un destino turístico. (PREDIF 2006)

Por sus dificultades de acceso y comodidad, la mayoría de los usuarios que utilizan sillas de ruedas descartan utilizar autocares, trenes y barcos para sus traslados. Y si llegan a un destino, en ocasiones no queda más alternativa que movilizarse en un 'euro taxi' (taxis adaptados). Todavía no pueden recurrir al transporte público urbano que, en el caso de Madrid o Barcelona, todavía no tienen todas sus líneas de metro y buses totalmente adaptadas. Además, si agregamos a este número, la circunstancia de que precisamente por la falta de movilidad, es un colectivo que suele viajar con algún acompañante o familiar y que por lo general, suele ser un gran consumidor de servicios, en el alojamiento que han elegido para sus vacaciones, nos encontramos con un nuevo sector de potenciales clientes que representan unos ingresos para la industria turística que hasta ahora no se ha tenido en cuenta. Cada viaje realizado por una persona con discapacidad atrae a 0,5 acompañantes (Comisión Europea 1996). Más de la mitad de este colectivo es "laboralmente inactivo", de manera que pueden contar con más tiempo libre y hacer turismo. (Comisión Europea 2005). La normalización del turismo también puede

representar una excelente oportunidad de negocio, pero no porque las personas discapacitadas tengan que gastar más por la ausencia de servicios, sino porque el turismo es una de sus prioridades. En el informe 'Turismo Accesible para todas las Personas', elaborado por el Comité Español de Representantes de Minusválidos (CERMI 2003) el 84% dice que le gusta viajar.

El contar con una base de datos de estas características, permite conocer en todo momento el estado real de la situación en la que se encuentran las infraestructuras turísticas, llenando un vacío existente en la relación Turismo- Accesibilidad que la propia sociedad estaba demandando.

En cuanto a la delimitación del mercado, DISABLED SOLUTIONS es una compañía que se va a dirigir tanto a personas con movilidad reducida y familiares como a administraciones públicas, hoteles, museos, centros comerciales y demás puntos de interés que podamos encontrar en una ciudad. Hay que tener en cuenta que nuestro servicio estará al alcance de cualquier persona y empresas pertinentes que quieran poner en marcha esta idea. Por esto consideramos que es una interesante idea presentar un proyecto con las características citadas. Tenemos la perspectiva y creemos que con la ayuda y financiación de otras organizaciones podemos poner en marcha esta idea de empresa en el mercado actual, por los beneficios que esto reportaría.

Durante la realización del estudio de mercado, a través del método de búsqueda de información, hemos obtenido una serie de datos sobre la clientela que en un futuro será una posible consumidora de nuestro negocio, como son:

- Las personas con movilidad reducida, familiares y amigos.
- Ayuntamientos, Hoteles, Museos, Centros Comerciales y demás puntos de interés que podamos encontrar en una ciudad.

El perfil del consumidor al que vamos a dirigirnos es tanto para aquellas personas con movilidad reducida que posean la tarjeta de estacionamiento de minusválido, como aquellas administraciones públicas ya sean ayuntamientos, bienestar social o lugares céntricos y turísticos. La demanda potencial de este producto sería considerablemente amplia, ya que por ejemplo en Elche, la ciudad pionera en la que querríamos implantar este servicio, hay censados unos 960 discapacitados, 700 poseen movilidad reducida para las cuales hay disponibles unas 300 plazas de estacionamiento repartidas en distintos puntos de la zona urbana y alrededores (Ayuntamiento de Elche 2014).

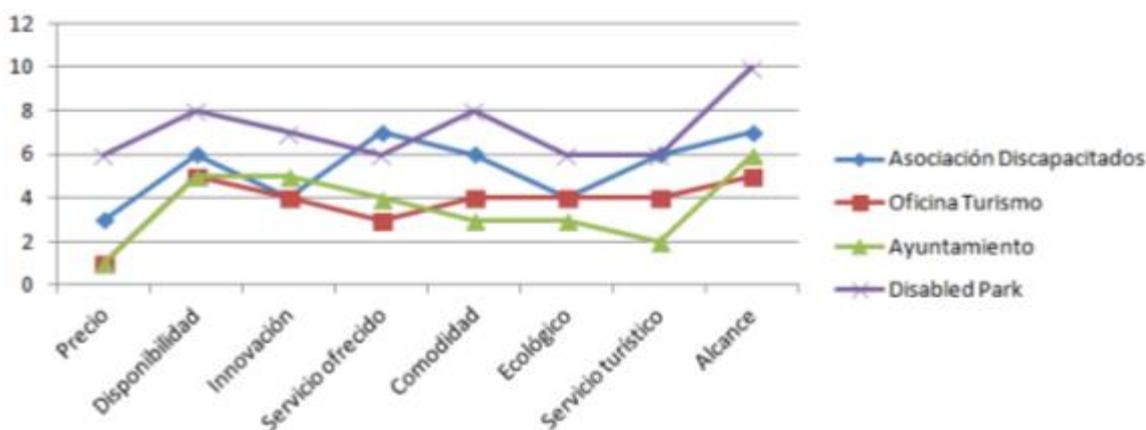
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La proyección empresarial de las empresas de servicios para las personas con movilidad reducida es muy limitada. Está enfocado básicamente a un sector de mercado limitado pero con un poder adquisitivo “autosuficiente” debido a las ayudas que deben ser prestadas. Por esto, es evidente que las aspiraciones de nuestro producto son mucho más amplias en cuanto al usuario final al que va destinado.

Crear que no tenemos competidores es un síntoma de la “miopía del marketing” de la que habló Theodore Levitt (1960), “por muy novedoso que sea un producto, si responde a una necesidad o problemas reales es seguro que los potenciales clientes están actualmente resolviéndolos con algún tipo de solución sustitutiva”.

En calidad de competencia indirecta, las agencias de viajes, oficinas de turismo, ayuntamiento o las asociaciones que organizan viajes en general por grupos y autobuses para las personas con movilidad reducida, puede servir como producto sustitutivo. Hay que tener en cuenta que las familias prestan total libertad de sus parientes con movilidad reducida a dichos elementos nombrados anteriormente, ya que saben exactamente a dónde acudir, puesto que van con guías o monitores y eso aumenta el coste de dicho viaje. Desearíamos conseguir que nuestro producto/servicio fuera un sustitutivo a esa situación, es de decir, sabemos que lo “fácil” es ponerlos en manos de otros, ya que desconocemos dónde acudir con nuestro familiar o amigo con movilidad reducida, dónde tendríamos que dejar el coche o dónde nos podríamos hospedar mejor. Nuestro producto les facilitaría la posibilidad de viajar en familia, ya que les permitiría saber a tiempo real dónde hay una plaza de aparcamiento en el sitio de interés a donde quieren acudir u hospedarse.

Tabla 1. Diferencia con la competencia



*Fuente: Elaboración propia.

En consecuencia, hemos convertido esta desventaja en la fortaleza de nuestro dispositivo. Así mismo, para la mayoría de clientes un argumento va ser la disponibilidad y situación a tiempo real de la plaza de aparcamiento para la persona con movilidad.

Según Moore (1996), en esta circunstancia el producto innovador debe posicionarse en relación a dos referencias básicas, de modo que el mercado pueda identificar sus diferenciadores:

La primera la constituyen los productos tradicionales, como sería la escasa señalización en letreros de aquellos parkings que nos podemos encontrar cuando circulamos con nuestro vehículo en algunas ciudades y que además no informan de si las plazas para las personas minusválidas están ocupadas o no.

La otra referencia la constituyen otros productos innovadores prioritariamente basados en la misma tecnología que el nuestro, pero que posiblemente no resuelven exactamente la misma necesidad. Puede ser los GPS incorporados en diferentes aparatos como el mismo o móviles, ya que tampoco nos indicarían el lugar donde hay una plaza para las personas con movilidad reducida, ni si está ocupada.

Por tanto la diferencia principal entre el producto sustitutivo, y nuestro producto básicamente se orienta a completar el déficit de un móvil o GPS, es decir si circulamos por una ciudad con un dispositivo GPS vamos a poder ir sin ningún problema al lugar al que queramos ir, pero si nuestra necesidad es aparcar en un sitio habilitado para las personas con movilidad reducida, no nos lo indicará ningún GPS y además ni que decir que no dirá si está ocupada o no para poder buscar otra alternativa.

Sin embargo, el principal competidor de un producto innovador suele ser uno del que no se habla demasiado y consiste en que el cliente “no hace nada” (o dicho de otro modo, opta por seguir con esa necesidad sin solucionar o resuelta de manera parcial). Y esto es debido a muchas razones: el apego al status quo y la aversión al riesgo que introduce la innovación. A nuestros principales competidores que aún no conocen el producto, quisiéramos ofrecerles un producto sencillo, y que no va suponer un coste elevado. Por tanto, la barrera de precios no va a ser muy elevada para que el producto se pueda lanzar y para que sea dirigido a personas de diversa capacidad económica.

En cuanto a nuestra competencia más directa, tras el comienzo de nuestra trayectoria para la consolidación de la idea empresarial, nos hemos encontrado con dos iniciativas posteriores que podemos considerar como una potencial competencia, el proyecto creado en Murcia llamado Parkible y otra iniciativa Accessibility.

Los rasgos principales que nos diferencian de estos dos proyectos son:

- Contamos con una completa y amplia base de datos con las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida.
- Posibilidad de participación de las empresas y particulares en el apadrinamiento de las plazas para su continua colaboración e implicación social.
- Información de la adaptabilidad de las empresas que apadrinen las plazas a nivel nacional puesto que cualquier compañía interesada en estar en DisabledPark pasaría un control de empresa adaptada.
- En la app para Android contamos con el servicio de aviso a la grúa de la ciudad en la que se encuentre usuario en el momento de la infracción por parte de las personas que no disponen de una tarjeta autorizada de aparcamiento.

Tras un estudio de la competencia y según lo comentado anteriormente, consideramos que tenemos una mayor ventaja competitiva. Es por esto que contamos que las personas accedan a nuestra plataforma web y aplicación haciendo un mayor uso de ellas.

PLAN DE MARKETING

ANÁLISIS DAFO



Antes de buscar la mejor campaña publicitaria, el logo más vanguardista o la última tecnología punta, habrá que saber quiénes somos y qué queremos conseguir y si realmente es necesario tomar determinadas medidas o no. Por eso, el análisis DAFO no puede faltar en un plan de marketing, éste es clave para que dicho plan funcione independientemente del tipo de empresa. En este punto, citaremos una frase tantas veces dichas pero muy cierta: “el tamaño no importa y menos cuando se hable del DAFO” (PORTER 1979).

Con la realización de este tipo de análisis se pretende conocer los aspectos positivos y negativos en cuanto al ámbito interno y externo de la empresa.

En una época de fuertes y frecuentes cambios, el éxito o fracaso de las organizaciones está condicionado en un alto grado por la habilidad que muestran para aprovechar las oportunidades o enfrentar las amenazas que el tiempo trae consigo.

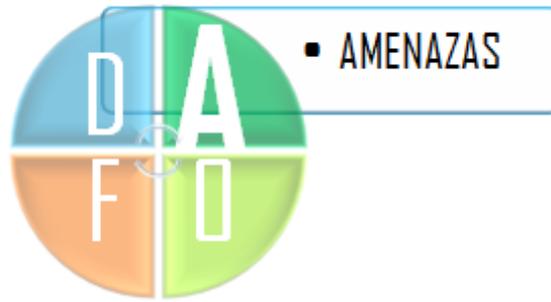
Conceptualmente el problema es un tanto simple: por un lado se realiza un análisis externo para identificar los cambios que vienen (oportunidades y amenazas), mientras que por el otro se realiza un análisis interno para establecer qué capacidad tiene la empresa para hacerles frente (fortalezas y debilidades), para sobre esta base definir las estrategias que conviene seguir.

OPORTUNIDADES



- Nueva tecnología
- Consumidores más preocupados por el fácil acceso y localización de los parkings.
- Subvenciones. Estas serán concedidas por motivos como la juventud, la forma jurídica, etc. las cuales ayudarán a reducir la inversión realizada en el negocio.
- Al elegir la forma jurídica de sociedad limitada nos podemos aprovechar de ciertas ventajas como que no se exige elevada cantidad de capital para constituirse y hay una limitación de la responsabilidad de los socios al capital aportado.
- Entrar en nuevos mercados o segmentos.
- Atender a grupos adicionales de clientes.
- Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.
- Eliminación de barreras comerciales en mercados exteriores atractivos.

AMENAZAS



- La dificultad de financiación a causa de la juventud y la falta de bienes en posesión.
- La sobre-oferta amenaza el crecimiento de los beneficios.
- Crecimiento lento del mercado.
- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.
- Incremento de barreras y requisitos reglamentarios costosos.



DEBILIDADES



- No hay dirección estratégica clara.
- Rentabilidad inferior a la media.
- Desconocida imagen en el mercado.
- Cartera de productos limitada.
- Instalaciones obsoletas.
- Inexperiencia empresarial y laboral en el sector de servicios por parte de los promotores.

FORTALEZAS



- Producto innovador.
- Espíritu emprendedor, formación y motivación de los promotores porque al ser los fundadores del negocio, se tiene mucho entusiasmo por llevarlo a cabo, ya que es su primer negocio.
- Buena planificación. Se va a realizar un proyecto de empresa para no dejar ningún detalle sin estudiar a la hora de montar el negocio.
- Habilidades y recursos tecnológicos superiores.
- Propiedad de la tecnología principal.
- Ventajas en costes.
- Líder en el mercado.

PLAN DE VENTAS

ESTRATEGIA DE VENTAS

Los sistemas que utilizaremos para promocionar nuestro negocio serán básicamente estos:

- **Revistas de asociaciones para discapacitados y periódicos locales y provinciales**

Para una **empresa pequeña**, un anuncio de una página en revista, según información consultada a diversas empresas del sector de la comunicación, serían 600 € y de menos de una página serían 300€. Si el anuncio fuera de periódico, serían 450€ para página completa y 300€ por media página o menos. La mayoría de los compradores, cuando quiere saber productos o servicios que se ofrezcan para las personas con movilidad reducida, recurre a revistas especializadas (en un 20 por ciento de los casos). Después, funciona el boca a boca y pregunta a amigos y a conocidos (en el 19% de las ocasiones).

- **Marketing Online**

Internet es un excelente soporte para dar a conocer un producto o servicio. Promocionaremos la web a través de los canales exclusivos de internet: Email Marketing, E-advertising (Banners), Social media marketing (Blogs, Twitter, Facebook, etc) y nos publicitaremos a través de un motor de búsqueda mediante los dos sistemas existentes: SEO y SEM.

- **Comerciales**

Utilizaremos este método con nuestros comerciales para vender nuestro producto a empresas españolas y así, poder dar a conocer nuestro producto.

- **Merchandising**

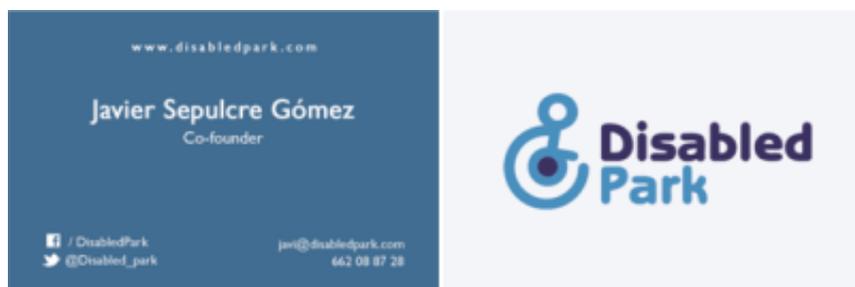
Realizaremos llaveros diseñados con nuestro logotipo además de bolígrafos, calendarios, flyers, para regalar a nuestros clientes.

Carpetas y sobres



Tarjeta

También realizaremos tarjetas con un número indeterminado que se ajustará a las necesidades que surjan. Las tarjetas se realizarán en la copistería “teleimpresión” al precio de ochenta euros (80 €) cada setecientas unidades.



POLITICA DE PRECIOS

La estrategia de precios escogida es la de penetración que según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2004), consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios. Es por eso que una plaza apadrinada hoy por hoy sólo cuesta 15€/año.

Del momento no tenemos previsión de cambiar el precio de una plaza apadrinada a corto plazo, pero quizá en un futuro podamos subir el precio a 30€/año por plaza apadrinada con el fin de obtener más beneficios.



CANALES DE COMUNICACIÓN

El departamento de marketing va a ser la columna vertebral de nuestra empresa, porque de estas personas va a depender el grado de crecimiento del interés hacia nuestro producto así como de las ventas.

Puesto que nuestra empresa "DISABLED SOLUTIONS S.L" está constituida por tres socios que van a llevar su departamento determinado, cada uno va a tener también como objetivo primordial lanzar la web y la aplicación innovadora DISABLED PARK en el mercado, realizar la planificación comercial, desarrollar un crecimiento a largo plazo y una estrategia competitiva para el producto y realizar una previsión de ventas anual.

También va a ser importante la promoción de DISABLED PARK por vía telefónica y virtual, la fidelización de clientes y la publicidad.

Estamos predispuestos a no limitarnos solamente al mercado español, sino expandirnos a corto plazo en los países de nuestro entorno, los países europeos que tienen una política social abierta a los proyectos para los discapacitados, pero también a largo plazo queremos expandir nuestro servicio en el resto del mundo. Para conseguir todo esto, contamos en nuestro equipo con una persona que domina varios idiomas que nos podrá ayudar en un futuro, a internacionalizar la empresa.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para publicitar Disabled Park llevaremos a cabo una serie de acciones de promoción e información sobre nuestra plataforma.

- **Redes sociales:** Actualmente contamos con tres cuentas abiertas en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram. Todos los días publicaremos varias noticias relacionadas con las personas con discapacidad tanto en nuestra cuenta de Twitter como en Facebook con el objetivo de estar presentes en la red y generar notoriedad. Los fines de semana la publicación será menor, nos centraremos sobre todo en publicar de lunes a viernes. En la cuenta de Instagram la información será menos abundante y lo que primará serán las fotografías respecto a nuestro tema.
- **Concursos:** A través de Facebook realizaremos un concurso con el objetivo de generar más seguidores de nuestro proyecto y además generar tráfico a nuestra web. Para este concurso nos ayudaremos de la plataforma Easypromos. La condición para participar en el concurso será hacerse fan de nuestra web y compartirla en el muro de cada participante. Cuando lancemos el concurso explicaremos detalladamente las bases en nuestra página de Facebook. Después de cinco días anunciaremos el ganador que optará a una cena para dos personas en el Hotel Meliá. Además, con la plataforma Easypromos podremos medir el impacto de nuestra acción, es decir, la cantidad de visitas y nuevos seguidores conseguidos.
- **Teasing o campaña de intriga:** Además de promocionar Disabled Park mediante el medio online también queremos que nos conozcan las personas que no utilizan Internet a diario. Para ello lanzaremos una campaña consistente en colocar las farolas principales globos de distintos colores en o árboles de las calles de las capitales de provincia. Estos llevarán el logotipo de nuestro proyecto generando en los viandantes expectación e intriga sobre el tema. A los pocos días se colocará en esas mismas farolas o árboles otros globos con nuestro logotipo y nuestra dirección web mediante la frase: ¿Aún no nos conoces? Descárgate ya nuestra aplicación y conócenos. Disabled Park. El objetivo de esta acción es conseguir más seguidores y usuarios que se descarguen nuestra aplicación móvil.



- **Clipping:** Llevaremos a cabo una acción de *clipping* mediante el envío de notas de prensa sobre nuestro proyecto a todos los medios de comunicación de nuestro país. Para ello hemos generado una base de datos de televisiones, periódicos, radios y revistas. Se haría a la vez un seguimiento llamando a estos medios después de haberles enviado la nota para saber si la han recibido y si piensan publicarla.

DISABLEDPARK EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- VIDEO PROMOCIONAL DISABLEDPARK

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=8m2DuzyUGgE

- ENTREVISTA "TE DOY MI PALABRA" ONDA CERO

<http://www.youtube.com/watch?v=Xlwkl483AbQ>

- ENTREVISTA "LA TARDE CON RAMÓN GARCÍA" LA COPE

<http://www.youtube.com/watch?v=mDAUy2c8bDc>

- VIDEO NOTICIAS CANAL 9

http://www.rtvv.es/va/ciencia_i_tecnologia/Tres-universitaris-aplicacio-mobil-discapacitats_0_579542106.html

- VÍDEO TVE DÍA DE LA PERSONA EMPRENDEDORA VALENCIA

<http://www.youtube.com/watch?v=QKhVJtWlab0&feature=youtu.be>

- ENTREVISTA "AQUI SÍ"

<http://www.youtube.com/watch?v=l0J3coXaiV0&feature=youtu.be>

- TELEDIARIO TVE 29/07/2014

<https://www.youtube.com/watch?v=h6uX49GZQiM>



ORGANIGRAMA

Una organización es un conjunto de individuos que poseen un objetivo común. Para poder alcanzar las finalidades principales, hay que organizar las actividades y es imprescindible dividir el trabajo. Esto, permite coordinar las acciones y desarrollarlas en forma correcta.

En nuestro caso, como somos una idea nueva, y como todas las empresas innovadoras empezamos a llevar a cabo las actividades con 3 miembros fijos, lo que nos sitúa entre las empresas de tipo pequeño. Generalmente, en el caso que sea una empresa de pequeña envergadura la formalización de la estructura no es necesaria, puesto que todos los integrantes nos conocemos de forma directa. Pero, una vez que nuestra empresa comience a evolucionar, será necesario diseñar e implementar una estructura formal mejor elaborada.

Lo característico para las pequeñas empresas es la estructura informal que tiene como ventaja principal la permanente conformidad por las relaciones humanas, que afectará sus decisiones internas. Por otro lado, la estructura informal goza de mayor dinamismo que la estructura formal por la misma razón, porque está formada por las relaciones humanas, en nuestro caso nuestro equipo está formado por vínculos amistosos extra laborales del grupo de trabajo. De todas maneras, hemos pensado en la estructura que vamos a seguir y en el conjunto de normas y pautas preestablecidas dentro de nuestra organización que van a garantizar el logro de los objetivos globales de la empresa. Y en un futuro nuestra estructura formal, gracias a su carácter dinámico podrá adaptarse a distintos contextos.

Pasamos a analizar los pasos básicos para el Diseño de la estructura de una organización:

Paso Nº 1: Definir y formalizar los objetivos

La empresa Disabled Solutions S.L. consta de una web www.disabledpark.com y aplicación móvil para Android e iOS cuyo nombre es DISABLED PARK.

Tres herramientas innovadoras, interactivas y fáciles de usar a través de cuales los clientes tendrán a su alcance toda la información sobre la geolocalización exacta de las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida en todas las ciudades a nivel nacional.

Además, DISABLED PARK ofrece un servicio adicional que consiste en acercar las empresas a las personas con movilidad reducida a través de la publicidad.

Paso Nº 2: Departamentalizar

Siguiendo la lógica de que a mayor división de trabajo mayor es la especialización (Adam Smith 1776), la estructura de la organización que vamos a elegir va a ser de tipo horizontal. Esto nos va a permitir un reparto de las tareas a realizar por departamentos, pudiendo obtener de este modo una mayor especialización en las tareas a desempeñar.

El tipo de organigrama escogido tiene una serie de ventajas como:

- Se aumenta la habilidad de los trabajadores.
- Hay un ahorro en el tiempo de cambios y movimientos de una tarea a otra.
- Esto llevará a la invención de nuevos métodos y tareas más eficientes.

Por lo consiguiente, nuestros 3 departamentos básicos serán, el departamento de ventas, la administración y el departamento de mantenimiento.

Departamento: Administración

El siguiente departamento, respondería a la finalidad propia de un departamento administrativo. Este departamento se encargará de las tareas económicas, financieras y de organización, con origen en la gestión corriente de la empresa.

En la etapa inicial tenemos pensado disponer de una persona que llevara los temas relativos a la gestión de tesorería, la gestión contable y fiscal. Aparte este departamento realizará la gestión de los recursos humanos, es decir ejecutar los procesos de reclutamiento, selección, contratación, desvinculación del personal y los procesos mensuales de liquidación y pagos de remuneraciones del personal del establecimiento.

Departamento: Ventas

El segundo departamento, que servirá de columna vertebral de la empresa es el departamento de ventas. Las persona responsables de las tareas relacionadas con la venta de nuestros productos van a tener una función vital en la empresa, porque de ellas va depender el grado de crecimiento del interés hacia nuestro producto.

Para ello el profesional de Marketing debe analizar los deseos y necesidades, colaborando con otros departamentos para que el producto de la empresa se ajuste mejor a lo que nuestro público objetivo demanda y se pueda adaptar continuamente a las necesidades de la demanda.

Este departamento va a incluir básicamente en su principio un comercial, y su principal objetivo será lanzar la aplicación innovadora DISABLED PARK que ayudará en la localización interactiva de las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida. Y dependiendo del éxito que tenga la idea a nivel del territorio español y más adelante mundialmente, se contratará a más personal que comparta dichas tareas con el fin de conseguir ofrecer a la demanda el mayor número de descargas. Para esto, se seleccionará un personal que dominará varios idiomas para que en un futuro nos dirijamos al mercado internacional.

En este departamento se llevarán a cabo las ventas, la investigación de mercados y las políticas de marketing (producto, precio, comunicación y distribución) entre las funciones que se van a enumerar más adelante, es decir se tratará de dar el servicio correcto antes y después de la venta y muy importante sería el manejo de las quejas.

Es el departamento de ventas el más directamente implicado en conseguir que los clientes se encuentren cada día más satisfechos y así impulsándonos en la conquista de nuevos clientes.

Departamento: Mantenimiento o Gestión de Redes

Un departamento muy importante a su vez es el de mantenimiento. Como explicamos anteriormente, aparte de ofrecer la aplicación DISABLED PARK “tete a tete” a las personas con movilidad reducida, familiares o amigos, a las empresas privadas y las administraciones públicas, dispondremos una página web: www.disabledpark.com. Esto implicará que necesitaremos una persona con conocimientos en mantenimiento de páginas webs para que pueda estar siempre velando por el correcto funcionamiento de la página.

Paso Nº 3: Establecer las funciones necesarias que permitan cumplir con los objetivos

En este paso, pretendemos fijar una lista de todas las tareas que deberán desarrollarse en la empresa para poder llevar a cabo las funciones definidas en el paso anterior. Hemos previsto también un cálculo aproximado de los recursos y puestos de trabajo necesarios para poder implementar la lista.

Las principales funciones que se van a desempeñar en la empresa serían la venta de la aplicación, el mantenimiento de sistemas como el de la página web y la promoción del producto/servicio fuera del mercado español, y finalmente, pero no menos importante, sería necesario cumplir con las funciones propias de un departamento de la administración.

FUNCIONES DETALLADAS PUESTO DE TRABAJO A OCUPAR

En la actualidad y con los recursos existentes este es el reparto de tareas que recaen sobre los 3 miembros fundadores y una pequeña empresa de Alicante:

ANA PUERTAS MONTESINOS (27 AÑOS): Diplomada en Relaciones Laborales y estudiante del Máster en Gestión de Recursos Humanos en la UMH. Le apasiona todo relacionado a las redes sociales, por lo que va llevar la difusión online de www.disabledpark.com, además de contar con las herramientas de gestión de personas adquiridos en la Diplomatura. Debido a una malformación de nacimiento, sufre una minusvalía que le impide caminar correctamente, pero su positivismo no tiene límites. Tiene el cargo de Administradora de la empresa Disabled Solutions S.L., además siendo la responsable de las Redes Sociales y mantenimiento web gracias a su formación y experiencia como Community Manager. También gracias a sus conocimientos proporcionados por la Diplomatura en Relaciones laborales lleva las tareas de contratación, prácticas y en general recursos humanos.

JAVIER SEPULCRE GÓMEZ (29 AÑOS) Es estudiante en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Miguel Hernández de Elche. Tiene amplia experiencia comercial por lo que conseguirá dar la mayor difusión a nuestros productos y servicios, además encargándose de la parte administrativa de la empresa como la contabilidad, facturación, captación de nuevos clientes y marketing.

OLGA APIRECE (29 AÑOS) Licenciada en Derecho por la universidad Miguel Hernández de Elche. Llevará la expansión internacional de nuestro proyecto gracias al manejo del inglés, francés, ruso y rumano. Por lo tanto a la hora del lanzamiento en el mercado internacional del producto operar con estos idiomas va a ser primordial. Se encarga de la gestión de todos los aspectos legales, pero también, de la promoción y expansión de la empresa a nivel europeo e internacional. Además esta continuamente geolocalizando nuevas plazas haciendo crecer la base de datos de la empresa.

3DIDS.COM: Una empresa de desarrollo de plataformas online, apps y Marketing Online con 26 trabajadores en la provincia de Alicante, apasionados de los negocios en internet y emprendedores innatos que se encarga de la continua actualización de las herramientas informáticas.



FORMAS DE CONTRATACIÓN

Uno de nuestros objetivos primordiales es facilitar la integración laboral de las personas con discapacidad. Tras realizar el análisis financiero (explicado más adelante) a partir del primer año queremos contratar a personas de este colectivo para que nos ayuden en la localización de las plazas de aparcamiento y/o en los departamentos de la empresa ya que conocen de primera mano las necesidades que pretendemos cubrir.

Como hemos remarcado anteriormente, sería primordial para nosotros optar con el apoyo y con el trabajo activo de más personas con movilidad reducida ya que estamos para solucionar sus necesidades y quién mejor nos podría ayudar para cumplir con esta meta.

Pero también no olvidemos de la parte tecnológica. Estamos colaborando con un proveedor tecnológico **3DIDS.COM** cuya principal función consiste en llevar a cabo las nuevas actualizaciones de la página web y las aplicaciones disponibles.

Ya que consideramos que nuestro proyecto no tiene barreras territoriales y en un futuro consideramos imprescindible expandir el proyecto a nivel europeo e internacional, por lo que sería óptimo optar con delegaciones en cada país de nueva implantación con el fin de mantenimiento y geolocalización de las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida en el territorio concreto.



ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN

Nuestro proyecto presenta la característica de ser utilizado por los internautas en la red, es decir a través del ordenador, portátil, dispositivos móviles o tablets. Esta ventaja nos posibilita no disponer un espacio físico como podría tener cualquier comercio de venta.

De todas formas, en este momento dado poseemos un espacio de trabajo y reunión en las oficinas del edificio Quórum de la Universidad Miguel Hernández de Elche (Alicante), ya que es uno de los más importantes viveros de Investigación, Desarrollo e Innovación de la provincia de Alicante, del que han surgido proyectos y empresas de muy distinta índole



Fuente: GoogleMaps

La Universidad Miguel Hernández de Elche se encuentra cerca del centro de la ciudad, frente a las estaciones de tren y autobuses. Además, el aeropuerto más cercano es el de L'Altet que se encuentra aproximadamente a 13km de la ciudad de Elche, y está conectado por autobús o taxi con el centro de la ciudad. El campus de Elche de la Universidad Miguel Hernández está situado a 3km del acceso a la A7–Autovía del Mediterráneo, y la A31, que la puede conectar a su vez con Madrid.

La ciudad de Alicante también está conectada con las principales capitales españolas mediante líneas de tren de media-larga distancia y AVE hasta Madrid. Para llegar desde Alicante hasta la Universidad Miguel Hernández se puede coger un tren de cercanías hasta Elche (RENFE cercanías Murcia Alicante).

Por lo anterior expuesto, consideramos nuestra oficina estaría situada en un lugar muy estratégico, ya que tenemos al alcance diferentes puntos de

accesibilidad como ya hemos nombrado y puntos de interés. A su vez Elche cuenta con el premio otorgado por la Reina Sofía como ciudad más accesible de toda España en el año 2008 por la labor efectuada desde el ayuntamiento para habilitar la ciudad a las personas con movilidad reducida y por sus resultados obtenidos en la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad.

ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La forma jurídica en que constituiríamos la empresa es la SOCIEDAD LIMITADA y se regirá por la legislación vigente que queda establecida en la Ley 2/1995, de 23 de marzo de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

A la hora de escoger dicha forma jurídica para nuestra empresa nos decantamos por la sociedad limitada puesto que existen una serie de ventajas y aspectos positivos.

- Participaciones: El capital social estará dividido en participaciones indivisibles y acumulables. Las participaciones atribuirán a los socios los mismos derechos, con las excepciones expresamente establecidas en la presente Ley.
- Responsabilidad frente a acreedores limitada al capital social y a los bienes a nombre de la sociedad.
- Relativa sencillez en cuanto a trámites burocráticos, tanto en la constitución como en el funcionamiento, con una gestión más sencilla que la de una sociedad anónima.
- Capital social mínimo exigido relativamente bajo, 3.000€, que además una vez desembolsado puede destinarse a financiar inversiones o necesidades de liquidez.
- El número de socios es el mínimo posible, uno, por lo que puede ser unipersonal.
- Los costes de constitución son asequibles, del orden de 600€, sin contar la aportación de capital social.
- A partir de cierto nivel de beneficios o rendimientos, del orden de 50.000€, los impuestos son menores que los del autónomo ya que el tipo

del impuesto de sociedades es fijo (25%) mientras que los tipos del IRPF son progresivos, pagando más cuanto más ganas.

- Con una sociedad, el autónomo puede fijarse un sueldo y desgravarlo como gasto.
- Las sociedades tienen mayor facilidad de acceso al crédito bancario ya que a los bancos les ofrecen una mejor información sobre su funcionamiento y además el hecho de ser Sociedad suele ofrecer una mejor imagen.



TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN O PUESTA EN MARCHA

- **Certificación negativa con denominación social**

Se tramita en el Registro Mercantil Central. Una vez expedida la certificación por el Registro Mercantil, empiezan dos plazos: 6 meses (desde la fecha de la expedición) para inscribir el nombre en el registro mercantil de la provincia, donde la empresa tenga su sede social. Si no se hace en este periodo, la reserva de nombre caduca y habrá que solicitarlo de nuevo. Y 3 meses para realizar la escritura pública de constitución

Dirección web: <http://www.rmc.es/>

- **Apertura de cuenta bancaria**

Se ha realizado en la entidad bancaria La Caixa. Se ha tardado alrededor de una hora en llevarse a cabo este trámite.

Dirección web: <http://www.lacaixa.es>

- **Solicitud de CIF**

Se ha realizado en Hacienda y se ha tramitado antes de los 30 días hábiles desde el otorgamiento de escritura pública de constitución.

Dirección web: <http://www.agenciatributaria.es>

- **Escritura pública.**

Se ha formalizado ante el notario Luis Olague Ruiz de la ciudad de Elche. Este trámite ha durado unas horas.

- **Paga de ITAJA (o ITP/AJD)**

Se ha realizado ante la Hacienda Pública y se ha realizado el pago en un plazo máximo de 30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública de constitución.

Dirección web: <http://www.agenciatributaria.es>

- **Inscripción en el Registro Mercantil Provincial**

Se realiza en el Registro Mercantil Provincial donde la sociedad tenga su domicilio. En general, la inscripción debe hacerse en un plazo de 2 meses desde el otorgamiento de la escritura pública de constitución. La tramitación de la inscripción se solventa en el acto.

Dirección web: <http://www.rmalicante.es/>

- **Inscripción de la marca DISABLED PARK**

La inscripción ha sido tramitada de forma on-line y otorgada por la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Dirección web: <http://www.oepm.es/es/index.html>

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- **Nombre de la empresa y razón social:** DISABLED SOLUTIONS SL.
- **NIF :** B54646682
- **Forma jurídica:** Sociedad Limitada
- **Domicilio social:** C/ Juan Macía Esclapez, 36 - 3º izq
Elche (Alicante) 03206
- **Objeto social:** Comercialización y promoción aplicación DISABLED PARK y servicios de ayuda a los discapacitados.
- **Sector de la actividad:** Publicidad y servicios on-line
- **Fecha de inicio:** 02/08/2012
- **Ubicación de la empresa :** Elche





INTRODUCCIÓN

El plan económico-financiero de este TFG aporta información clave acerca de la rentabilidad, solvencia y liquidez de la iniciativa empresarial. Este plan determinará la viabilidad global del proyecto Disabled Park mediante la concreción en términos monetarios de estimaciones realizadas en los planes anteriores, es decir, se valorará el coste de las actividades de marketing, de los planes de producción y recursos humanos. Las cantidades referidas en el año 2013 en cuanto al coste de la página web y aplicaciones si refleja una realidad real el resto, son unas previsiones que, en su día nos marcamos como objetivos a conseguir. A día de hoy podemos decir que dichos objetivos no se alcanzaron debido a que nos marcamos un número de plazas muy elevado para ser apadrinadas. En la actualidad sólo tenemos 65. Esto, sin lugar a dudas, nos ha permitido rectificar y asentar nuestras previsiones sobre una base más realista.

¿DÓNDE ESTÁ LA RENTABILIDAD?

La rentabilidad de nuestro proyecto se obtendrá a través de los apadrinamientos y de la financiación de nuevos proyectos sociales. Teniendo en cuenta que 50.000 plazas a 15 EUR son 750.000 EUR, es obvio que en un primer momento es algo complicado conseguir una buena cuota de mercado. El apadrinamiento es anualmente renovable, es decir la persona que apadrina una plaza si lo hace este año, el año que viene también lo hace a no ser que diga lo contrario, conseguir una cuota en un año del 10% el primer año no lo vemos nada descabellado con lo que estaríamos contando con 75.000 EUR al año.

En principio estas cifras de gastos que presentamos más adelante han sido cubiertas con nuestros propios recursos, pero necesitamos capital para conseguir nuestros objetivos de forma más rápida, para tener más comunicación/marketing, ya que pensamos que estamos haciendo lo que nos gusta, lo que nos apasiona y lo estamos haciendo bien.

PLAN DE INVERSIÓN INICIAL

GASTOS E INVERSIONES

Recoge los gastos e inversiones necesarias para iniciar nuestra actividad y permite conocer cuánto dinero se ha necesitado para su puesta en marcha del proyecto DISABLED PARK.

Tabla 2. Inversiones previstas para los primeros tres años

	Periodicidad	2.013	2.014	2.015
Aplicaciones y Página Web:	Anual	11.700 €	2.397,64 €	1.480,68 €
Asesorías:	Mensual	508,47 €	528,81 €	549,97 €
Publicidad:	Anual	1694,92 €	1762,71 €	6440,80 €
Teléfono:	Mensual	593,22 €	644,07 €	661,02 €

A continuación, vamos a mostrar detalladamente los gastos de la aplicación DISABLED PARK para Android e IOS y los de la página web para los primeros tres años de funcionamiento de la empresa.

Tabla 3 : Gastos previstos para los primeros tres años

2.013

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Registro dominio y Hosting	1	480,00 €	480,00 €
Programación y Diseño Web		7.500,00 €	7.500,00 €
Aplicaciones iOS - Android		4.200,00 €	4.200,00 €
Alta en buscadores		1.992,00 €	1.992,00 €
		1694,92	1694,92
Gastos 2.013			14.172,00 €

2.014

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Registro dominio y Hosting	1	480,00 €	480,00 €
Programación y Diseño Web		2.040,00 €	2.040,00 €
Aplicaciones iOS - Android		200,00 €	200,00 €
Gastos 2.014			2.720,00 €

2.015

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Registro dominio y Hosting	1	480,00 €	480,00 €
Programación y Diseño Web		100,00 €	100,00 €
Gastos 2.015			580 €

INGRESOS

Previsión de ingresos derivada de la estimación de ventas establecida dentro de nuestro plan comercial.

Tabla 4: Ingresos previstos para los primeros tres años

2.013

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Google Adsendse		2.300,00 €	2.300,00 €
Patrocinadores y banners (5)	4.000	1.000 €	4.000 €
Apadrinamiento Plazas	600	14,90 €	8.940,00 €
Ingresos 2.013			15.240,00€

2.014

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Google Adsendse		3.100,00 €	3.100,00 €
Patrocinadores y banners (5)	7	1.300 €	9.100,00 €
Apadrinamiento Plazas	1400	14,90 €	20,860,00 €
Ingresos 2.014			33.060,00 €

2.015

CONCEPTO	UNIDADES	PRECIO UNIT.	TOTAL
Ventas Publicidad Iphone – Android			3.400,00 €
Google Adsendse			5.200,00 €
Patrocinadores y banners (5)	9	1.400 €	12.600,00 €
Apadrinamiento Plazas	3800	14,90 €	56.620,00 €
Ingresos 2.015			77.820,00 €

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Se ha estimado que la estructura de financiación a corto y largo plazo necesaria para el desarrollo de la actividad presente la siguiente composición:

Tabla 5. La financiación prevista

CONCEPTO	IMPORTE	%
CAPITAL Y RECURSOS PROPIOS	18.000,00	100
SUBVENCIONES	0	0
PRÉSTAMOS	0	0
CRÉDITOS	0	0
OTRA FINANCIACIÓN	0	0
TOTAL FINANCIACIÓN	18.000,00	0



ESTIMACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

Las previsiones estimadas de ventas para la línea del apadrinamiento de plazas de aparcamiento para los tres primeros años de actividad se han estimado en:

Tabla 6. Estimación de las ventas para los primeros tres años

TOTAL	
TOTAL VENTAS 2.013	600 unids
TOTAL VENTAS 2.014	1400 unids
TOTAL VENTAS 2.015	3800 unids

CUENTA DE RESULTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Una vez obtenido el resultado de explotación y para determinar el resultado neto global de nuestro proyecto, es necesario calcular el resultado financiero y extraordinario del mismo. Por un lado, el resultado financiero se obtiene mediante la diferencia entre los ingresos y los gastos financieros o costes derivados de las fuentes de financiación externa. Por otro lado, el resultado extraordinario resulta de la diferencia entre los ingresos y los gastos derivados de actividades no ordinarias para la empresa.

Tabla 7. Cuenta de resultados para los tres primeros años

	2.012	2.013	2.014
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	12.911,80	29.137,52	68.587,01
CONSUMOS DE EXPLOTACIÓN(-)	15.332,20	5.852,56	5.073,79
Aplicaciones y Página Web	12.010,00	2.397,64	1.480,68
Asesorías	508,47	528,81	549,97
Publicidad	1.694,92	1.762,71	6.440,80
Teléfono/Internet	610,17	634,54	659,96
Material oficina	508,47	528,81	549,97
VALOR AÑADIDO BRUTO	-2.420,41	23.284,97	63.513,22
GASTOS DE PERSONAL (-)	31.775,00	33.046,68	34.367,92
Salarios	19.971,54	20.770,40	21.601,22
Seguridad Social	11.803,54	12.275,68	12.766,71
RDO. EC. BRUTO DE EXPLOTACIÓN	-	-	-
	34.195,48	-9.761,11	29.145,30

AMORTIZACIONES (-)	714,12	714,12	714,14
RDO. EC. NETO DE EXPLOTACIÓN	-	-	
	34.909,60	10.475,23	28.431,18
RESULTADO FINANCIERO (+)	0,00	0,00	0,00
Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00
RDO. ACTIVIDADES ORDINARIAS		-	-
	34.909,60	10.475,23	28.431,18
RDO. ACTIVIDADES EXTRAORDINARIAS	0,00	0,00	0,00
Ingresos Extraordinarios	0,00	0,00	0,00
Gastos Extraordinarios	0,00	0,00	0,00
RDO. ANTES DE IMPUESTOS		-	-
	34.909,60	10.475,23	28.431,18
IMPUESTOS (-)	0,00	0,00	9.950,91
RDO. NETO DEL EJERCICIO		-	-
	34.909,60	10.475,23	18.480,27
AMORTIZACIONES (+)	714,12	714,12	714,12
CASH FLOW		-	-
	34.195,48	-9.761,11	19.194,39

BALANCE DE SITUACIÓN PROVISIONAL

A continuación vamos a analizar la situación patrimonial de la empresa, es decir, las inversiones de la empresa y cómo se financian.

En la estructura del balance de situación puede observarse por un lado, la composición del activo que expresa los bienes y derechos de la organización, y por otro lado, las partidas de pasivo que recogen las fuentes de financiación del activo.

Tabla 8. Balance de la situación provisional para los tres primeros años

Cuadro de Balance de Situación			
	2.013	2.014	2.015
ACTIVO			
INMOVILIZADO MATERIAL	2.856,48	2.142,36	1.428,24
Gastos establecimiento	2.856,48	2.142,36	1.428,24
Inmovilizado Material	0,00	0,00	0,00
INMOVILIZADO FINANCIERO	0,00	0,00	0,00
Fianzas de alquileres	0,00	0,00	0,00
CIRCULANTE	-18.986,66	10.589,21	49.734,37
Clientes	0,00	0,00	0,00
Hacienda Pública deudora por IVA	456,97	0,00	0,00
Tesorería	-19.443,63	10.589,21	49.734,37
TOTAL ACTIVO	-16.130,18	12.731,57	51.162,61
PASIVO			
FONDOS PROPIOS	-16.909,60	7.524,77	38.328,29
Capital	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Reservas Legales	0,00	701,34	2.101,88
Pérdidas y ganancias	0,00	0,00	1.848,03
ACREEDORES	779,42	5.206,80	12.834,32
Entidades de Crédito	0,00	0,00	0,00
Proveedores	0,00	0,00	0,00
Organismos de la Seguridad Social Acreedora	464,42	483,00	502,32
Hacienda Pública acreedora por conceptos fiscales	315,00	327,60	340,70
Hacienda Pública acreedora por IVA	4.852,48	7.700,93	9.953,38
TOTAL PASIVO	-16.130,18	12.731,57	51.162,61
	Año 1	Año 2	Año 3
IRPF o Impuesto de Sociedades	0,00	0,00	9.950,91

*La fuente de todas las tablas son de elaboración propia

CONCLUSIONES

Realizar este trabajo final de grado titulado “la empresa bajo una necesidad social”, con respecto al proyecto empresarial que llevamos a cabo, me ha hecho mirar hacia el pasado. Me ha recordado los orígenes del mismo. Saber que si un día fuimos tan sólo una idea plasmada en un papel, a pesar de que hoy por hoy tengamos ya una fuente de ingresos que permite cubrir los gastos, un número considerable de plazas introducidas en nuestra web y apps y un público que las descarga, me ha servido para recordar, que no tenemos que conformarnos con haber llegado hasta aquí. Actualmente las tres personas que iniciamos el proyecto tenemos otros trabajos y le dedicamos menos tiempo del que le dedicábamos en su día y quizá del que deberíamos. Por todo esto, no hemos dedicado más tiempo a la elaboración de unas previsiones financieras para el año 2016 y siguientes.

Es más que aceptable el camino recorrido estos cinco años, pero queda mucho por hacer, quedan muchísimas ciudades por introducir en nuestra base de datos, muchísimos ayuntamientos a los que convencer, quedan millones de personas a las que hacer llegar nuestro producto y servicio y sobre todo conseguir que nuestro modelo de negocio continúe en crecimiento y siga de manera exponencial año tras año. Es decir, que las empresas apadrinen muchas más plazas de las que hoy por hoy tenemos apadrinadas.

Lo que un día planteamos como plan de empresa, con unas estimaciones plasmadas en las tablas a nivel económico, con el tiempo he comprobado que no se ha cumplido. Es cierto que en los planes de empresa no siempre se llega a los objetivos planteados. Los planes de empresa nos recuerdan que hay que remar día a día y que hay que seguir luchando para poder llegar a cumplir los objetivos propuestos. El plan financiero muestra la previsión de los 3 primeros años de actividad (2013-2015). En su día contábamos con obtener ingresos a través del patrocinio de empresas que se quisieran publicitar en la web y mediante el apadrinamiento, al tercer año estimábamos tener unas 3800 plazas apadrinadas y a día de hoy como decía en la introducción del plan financiero sólo tenemos 65.

De todos estos años buscando ayudas, esforzándonos por tener toda la información de las plazas de aparcamiento que hay introducidas en todo el ámbito nacional e internacional y las que todavía nos quedan por introducir, mi conclusión es, que los ayuntamientos deberían de mirar más por la sociedad y dejar de mirar por sí mismos. Quiero decir con esto que nos hemos encontrado con un montón de barreras por parte de la administración pública, cuando tan sólo queríamos saber, el nombre y la calle de donde estaban las plazas de

aparcamiento para las personas con movilidad reducida en la vía pública. No sabemos aún el por qué del mareo que hemos sufrido en tantas llamadas realizadas y del cambio constante de personas al teléfono que nos hacían y nos hacen hoy por hoy cuando seguimos intentándolo.

Casi todos los ayuntamientos dicen que se suman al barco de las “smartcities”, todos tienen en boca que son una ciudad “smartcity” y mi conclusión es, que a la hora de la verdad, cuando hay que invertir para ser una ciudad inteligente, no lo son, y lo digo con total seguridad por hechos verídicos y vividos en primera persona. Hemos estado respaldados desde el año 2.015 con una empresa tan importante a nivel nacional e internacional como es Abertis, hemos tenido vía libre para intentar convencer a los ayuntamientos para que pongan sensores en las plazas de aparcamiento con el fin de saber si están ocupadas o libres, y cuando se les ha planteado un presupuesto, lamentablemente, se han echado para atrás.

En el ámbito social y de accesibilidad, sí es cierto que se están realizando cosas, faltaría más, pero estamos en 2016 y mirando otros países que nos sacan bastante ventaja en este ámbito, considero que no se está haciendo todo lo necesario.

En cuanto a ciertas entidades privadas, financieras y públicas, es de agradecer que hagan programas de ayudas, tanto de formación como económica, para proyectos como el nuestro. Agradecer al Banco Santander, al antiguo Banco Banesto, al BBVA por todas las ayudas económicas y paquetes de premios que tienen. Una vez más, agradecer sobre todo a la Universidad Miguel Hernández de Elche, primero por habernos formado, y segundo, porque siempre han estado para lo que hemos necesitado y hoy por hoy forma parte de un porcentaje de la sociedad.

En conclusión, siempre hemos considerado imprescindible llevar a cabo este proyecto puesto que cubrirá un nicho de mercado que necesita más atención y desarrollo, ya que a pesar de todos los avances tecnológicos existentes en la actualidad, aún hay algo tan simple como la falta de información que han de facilitar las administraciones públicas para la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong G. Cruz. R. Ignacio. & Cámara I. D. (2004). *Marketing*. Madrid.
- CEEI. (2013). *Modelo de proyecciones financieras*. Elche.
<http://ceeielche.emprenemjunts.es/?op=13&n=6020>
- Comisión Europea, Dirección General XXIII. (1996). *Por una Europa accesible a turistas con discapacidades*. Bruselas.
<http://bookshop.europa.eu/es/home/>
- Comisión Europea. (2005). *Situación de las personas con discapacidad en la Unión Europea ampliada: el plan de acción europeo 2006-2007*. Bruselas.
http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:f4892936-6ed6-4237-98eb-7624d2a2dcb5.0005.02/DOC_3&format=PDF
- Comisión Europea. (2010). *Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020: un compromiso renovado para una Europa sin barreras*. Bruselas
- Huesca. G. A. López. R. J.A. & Ortega. A. E. (2006). *Hábitos y actitudes hacia el Turismo de las Personas con Discapacidad física*. www.predif.es
- Instituto Nacional de Estadística. (2008). *Panorama de la discapacidad en España*.
- Levitt. T. (1960). *Miopía de marketing*. Harvard Bussines Review. Estados Unidos.
- Marcos. P. D. Gonzalez. V. D. Mazars Turismo. (2003). *Turismo Accesible*. CERMI. www.cermi.es
- Moore A. G. (1991). *Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers*. Harper Bussines Essencials. Estados Unidos.
- Observatorio socioeconómico de Elche (2014). *Informe Censos de Población y Vivienda*. Elche.
www.elche.es
- Organización Mundial de La Salud (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad*. Milán.
- Sainz De Vicuña Ancín. (2013). *El plan del marketing en la práctica*. Esic Editorial. Madrid.

