

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL



CURSO EQUIVALENTE A TESIS DE POSTGRADO:

Resumen Ejecutivo

MODELO DE NEGOCIO HSM CONSULTORÍA DE GÉNERO



Help Service Management

PRESENTADO POR:

Sinthia Leydiana Beltré Alcántara

Felisa Del Carmen Piña Báez

José Ignacio Serrabona Díaz

José Iván Suriel Ortíz

Harold Louis Ynoa Javier

ASESOR:

José Aguilar

AÑO ACADEMICO 2017/2018

Madrid, 01 de Julio 2018

Resumen ejecutivo

En los últimos años se ha incrementado exponencialmente la sensibilidad social ante las cuestiones que afectan a la igualdad de género. Es un fenómeno que no conoce fronteras y que se manifiesta con mucha claridad en España. Asistimos a una enérgica y creciente defensa de la inclusión y protección de la mujer en todos los ámbitos. Hay un amplio consenso sobre la prevalencia de los criterios de igualdad y equidad social sobre otros de carácter exclusivamente económicos. Esta conciencia social se traslada a nuestro Derecho, cada vez más riguroso a frente a las agresiones sexuales, el acoso laboral, o el abuso de poder en relaciones profesionales.

Las empresas, como parte de la sociedad, son partícipes de esta tendencia. A veces se suman por convicción y, en todo caso, por necesidad ya que son conscientes de las consecuencias inasumibles de comportamientos discriminatorios o violentos que se produzcan en su ámbito. Consideramos que este fenómeno es muy positivo en términos sociales y supone además una extraordinaria oportunidad de negocio, ya que las empresas necesitan adaptarse a estos cambios sociales para:

- Mejorar su imagen, frente a la sociedad y sus empleados. Frente a la sociedad, ya que de esta forma se harán más atractivas para el mercado. Y frente a sus empleados, porque crean así un entorno propicio para atraer y seducir al talento. Además, hay evidencias de que un mejor clima laboral se asocia a un aumento en la productividad.
- Cubrirse frente a posibles sanciones o conflictos legales con los trabajadores.

En definitiva, las empresas entienden que deben adaptarse a los nuevos paradigmas sociales, pero lo hacen en un entorno de incertidumbre. Necesitan entender mejor el alcance de sus responsabilidades en este ámbito (civiles y penales) y cuáles son las consecuencias económicas de sus políticas de igualdad (beneficios y costes). Al mismo tiempo, en su mayoría carecen de recursos internos especializados en esta materia.

Nuestro proyecto surge con el propósito de crear un modelo de negocio que dé respuesta a estos problemas: violencia de género, desigualdad de la mujer y falta de oportunidades en el ámbito laboral y su acceso a recursos económicos. Nos mueve el

propósito de dar respuesta a una demanda del mercado (ayudar a las empresas) como también para hacer un aporte al desarrollo de la sociedad.

La misión de HSM es ofrecer un servicio personalizado de asesoría para la implementación del “Plan de Igualdad”. Tras un diagnóstico de situación, el Plan ofrece al cliente un conjunto ordenado de medidas que les permitan gestionar las relaciones laborales en un marco de plena igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y a eliminar la discriminación por razón de sexo.

La operación incluye:

- Análisis de cada organización de manera individual, alineado con los objetivos y estrategias del negocio, de acuerdo con sus fortalezas y debilidades.
- Ayuda a las empresas en la adaptación a las nuevas tendencias sociales, aportando valor en la mejora de su imagen social.
- Brindar seguridad de cara a conflictos laborales que puedan surgir, desarrollando un protocolo de actuación para enfrentar dichas situaciones.

La implementación de los Planes de Igualdad se sustenta en la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

HSM pretende captar las medianas empresas de la Comunidad de Madrid que necesitan o requieran implementar planes de igualdad. Nuestro target son las empresas de entre 30 y 250 trabajadores que pueden recibir las subvenciones del Estado para la implantación de un plan de igualdad, lo cual es un elemento de oportunidad para incursionar en el negocio.

La forma de llegar a estos clientes es directamente a través de comerciales propios con formación específica en la materia, sin intermediarios. Por lo tanto, nuestro canal de distribución es corto y directo. Todos los medios que implementamos van dirigidos a ese método, por lo que las relaciones públicas (patrocinio, actos y networking), venta directa y promociones son nuestro fuerte.

En el análisis de la competencia encontramos un sector joven, debido a que esta tendencia social está tomando auge desde hace muy poco tiempo, y las pocas empresas

que dedican esfuerzos a realizar estos planes tienen escasa experiencia, son pasivas en la captación de clientes y no han nacido como especialistas en Género.

Después de analizar el mercado, la competencia y demás aspectos del proyecto, realizamos el plan financiero en el que se proyecta la venta de 20 Planes de Igualdad en el primer ejercicio económico, en el segundo, prevemos que las ventas aumentarán un 25%. Es una cifra bastante prudente si tenemos en cuenta las 4.000 empresas entre 50 y 199 empleados que hay en la Comunidad de Madrid, que son potenciales clientes.

El precio de venta de nuestro servicio es de 6.000€ + IVA y la política de cobros que adoptamos es de cuotas mensuales, para permitir flexibilidad en el pago a los clientes, y con un adelanto del 30% para que tengamos la suficiente liquidez para operar. La rotación de nuestro producto es cercana a 0, por lo tanto, en cada campaña hay que captar nuevos clientes. El gasto en marketing es proporcional a ese esfuerzo de captación, con un coste adquisición por cliente de 2.030€, y con un coste total de marketing de 39.100€.

Nuestro modelo de negocio no precisa de una inversión en inmovilizado porque todos nuestros activos son circulantes. Vamos a alquilar la oficina, así como contratar los vehículos con renting. La puesta en marcha del proyecto requiere de 50.000€ en efectivo, de los cuales 30.000€ serán aportados por los socios. El importe restante se gestionará mediante préstamo bancario con un crédito a 5 años.

El balance de situación nos muestra la importancia de la partida de clientes (que están por cobrar), y esto afecta a nuestra situación de liquidez. Por otro lado, nuestro fondo de maniobra, la parte de los recursos permanentes que financia el activo circulante de la empresa, es del 79% al cierre del primer ejercicio. Este modelo crea un fondo de seguridad frente a los cobros y los pagos, porque es menos probable que haya un desajuste entre pasivo corriente y activo corriente.

La cuenta de resultados de la explotación es positiva el segundo año de actividad, con un resultado neto positivo de 27.999€, que supone un beneficio del 18,7% sobre las ventas. El margen bruto de cada venta es del 95%, es decir, 5.700€. Por ese motivo, una vez superado el punto de equilibrio casi todo es beneficio, incluso superando en pocas

unidades se puede conseguir un margen importante de beneficio. Al cierre del ejercicio uno, el punto de equilibrio se encuentra en 121.140€.

El personal de la empresa es de 3 trabajadores a tiempo completo, compuesto de 2 comerciales que cobran 14.000€ brutos anuales (cuyo bono de ventas se excluye de su salario y se incluyen en gastos de marketing, que puede rondar los 3.000€ al año). Y una empleada con un perfil técnico que cobra 15.400€ brutos anuales.

El Valor Actual Neto (VAN), en nuestro caso el VAN es de 7.583€. Los flujos de caja analizados son los próximos 5 años de actividad, porque es el tiempo estimado que hemos previsto como necesario para que se continúe subvencionando los planes de igualdad. El resultado del VAN positivo nos muestra que el proyecto es viable. Además, el resultado de la TIRM nos indica que la tasa de rentabilidad del inversor es del 12,83%, que es una rentabilidad que supera el coste de capital.

En definitiva, nuestro modelo de negocio se basa en una entrega de valor a las empresas en forma de asesoramiento de género especializado. Es un proyecto viable financieramente, en un sector con mucho potencial y en crecimiento. Nuestro modelo de empresa es un plan de éxito, las posibilidades de lograr los objetivos son muy altas y el riesgo muy escaso. Por ese motivo, le animamos a confiar en nuestro proyecto para crecer como empresa, mientras mejoramos como sociedad.