**BattApp**

 **1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

**1.1.** **DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

 El servicio que vamos a proporcionar es una carga compartida de batería en los usos telefónicos. Este producto nos permite la posibilidad de enviar y compartir batería de un dispositivo a otro, y así recíprocamente.

Las características que la comparan con la competencia son innovadoras especialmente. Este servicio es nuevo ya que no se había construido anteriormente y va a dar muchas posibilidades al público.

**1.2.** **EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD.**

 La idea de este proyecto, poder compartir batería a través del móvil sin la necesidad de un cargador, surgió un poco a la broma. Un día estábamos en un bar unas amigas y yo, a Nerea, una de las presentes, se le acabó la batería de su móvil y Anaïs que era otra amiga de las que estaban allí le dijo que estaría muy bien que pudiera compartirle la batería desde su móvil y fue en ese momento cuando nos paramos a pensar que era una buena idea para desarrollar y poder llegar a ponerla en uso para esos momentos en los que tienes la necesidad de tener batería.

El desarrollo de esta “aplicación” la pusimos en marcha a los pocos días de que pasara lo explicado anteriormente, en realidad fuimos las cinco amigas que estábamos en aquel bar las que nos pusimos manos a la obra para su producción. Fueron muchos meses los que estuvimos encima del proyecto para hacer las cosas bien y que todo saliera como deseábamos.

El mayor problema que nos ha aparecido hasta día de hoy es que solo sea permisible para móviles de una marca en concreto, hemos intentado que esto se diera en todo tipo de móviles, pero no ha sido posible ya que las funciones de los otros móviles no son capaces de desarrollar esta actividad.

**1.3.** **PERFIL DE LOS PROMOTORES.**

Dentro del grupo de las cinco amigas que somos, cada una se dedica a un área diferente dentro de la empresa. Por un lado, tenemos a Anaís, la cual tiene una carrera de comercio y marketing, especializada en la globalización del producto y con la capacidad de gestionar y elaborar una estrategia internacional; Nerea, que se dedica a la producción de cualquier tipo de producto/ actividad/ proyecto dentro de la empresa de sus padres y su estudio. Helena, tiene la carrera de finanzas y contabilidad, por lo que se ha dedicado a la parte de finanzas de este proyecto, realizar diferentes cuentas de pérdidas y ganancias y balances, tiene el apoyo de su pareja el cual tiene los mismos estudios que ella; Carla se sacó la carrera de administración y dirección de empresas y trabaja en eso desde la empresa familiar a la que pertenece. Por último, Ángela la cual se ha sacado la carrera de recursos humanos y a la que se dedica, se trata de administrar, seleccionar y capacitar al personal, realizar tareas vinculadas a la seguridad en el trabajo y las relaciones laborales.

**1.4. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA.**

Los aspectos positivos y los puntos fuertes de este proyecto son que siempre que estés rodeado de gente con Iphone y no tengas batería puedes llegar a rellenar tu batería gracias a la otra persona. Con ello, no habrá más preocupaciones por el hecho de quedarte sin batería estando fuera de casa.

**2.** **PLAN DE MARKETING.**

**2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.**

El servicio que vamos a proporcionar es una carga compartida de batería en los usos telefónicos. Este producto nos permite la posibilidad de enviar y compartir batería de un dispositivo a otro, y así recíprocamente.

Las características que la comparan con la competencia son innovadoras especialmente. Este servicio es nuevo ya que no se había construido anteriormente y va a dar muchas posibilidades al público.

**2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO.**

Este servicio se va a proporcionar inicialmente en el sistema Apple de los móviles.

Actualmente es limitado, ya que solo se dirige a una clase de dispositivos. Sin embargo, en un futuro su evolución consistirá en distribuirlo en todas las plataformas.

Cómo definición y perfil de los clientes podemos decir que serán únicamente, por ahora, usuarios de la compañía Apple.

La segmentación del mercado se presenta en todo tipo de zonas geográficas. En lo demográfico se refiere a cualquier persona de cualquier edad que disponga de un sistema Apple. Como bien hemos dicho este servicio solo se dispondrá a cierta población por lo que cara al mercado es algo limitado.

La finalidad es que todos ellos comunes en Apple puedan compartir batería y muchas más otras opciones ya incluidas en estos dispositivos.

**2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.**

En cuanto a la competencia, podemos decir que por el momento es limitada.

Ningún otro creador de dispositivos había proporcionado esta función dentro de los mismos.

Por ello ese es nuestro principal punto fuerte; Innovación en un servicio. Pero sin embargo, para ellos esto puede ser también su fortaleza, es decir agarrarse a este servicio para desarrollarlo en sus propios móviles y ocasionar más público y clientela. Como es obvio también tenemos que contar con nuestros y sus puntos débiles. En nuestro caso sería la limitación a que se dirija solo a Apple y solo pueda compartirse en esa dimensión. Y en su caso sería la lentitud al pensar en cuanto a estos servicios.

**2.4. MARKETING MIX.**

CUATRO P’S

Producto: sistema para poder compartir la batería de un dispositivo Apple a otro del mismo.

Precio: gratuito, ya que es una función interna del software.

Distribución: dispositivos Apple (Iphone).

Promoción: este nuevo servicio se promocionará en las redes sociales ,ya que hoy en día, funcionan como parte de nuestra vida y todo el mundo conoce las cosas mediante estas.

El marketing interno funciona de la siguiente manera. Nuestro servicio no es algo físico por lo que estéticamente no puede tener ventajas. Sin embargo, su logro es la comodidad dirigida a los usuarios, es decir, no tener preocupación si en un determinado momento se queda sin batería y es urgente el mensaje que tiene que enviar o cualquier otra cosa.

**2.5. MANUAL DE IDENTIDAD**

Es un producto abstracto, por lo tanto no tiene este tipo de publicidad para promocionarlo físicamente. Por lo que no tiene manual de identidad.

#

# **3.** **PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD.**

## **3.1 PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.**

 Nuestro proyecto se ha centrado en el funcionamiento y estructura de la marca Apple. En su caso el itinerante tiene la capacidad de compartir datos móviles. Gracias a las conexiones inalámbricas (WiFi, 3G, 4G) y a los dispositivos móviles (smartphones, tablets y ordenadores portátiles) estamos acostumbrados a **estar conectados constantemente** y en cualquier lugar. Al disponer un smartphone con acceso a la red, puedes compartir internet para que tu portátil también se conecte y así trabajar o entretenerte con él. Los planes de datos actuales lo permiten, ya que la conexión móvil es rápida gracias al 4G y la conexión es segura.

Desde le empresa Apple queremos ofrecer algo similar a la convergencia de la conexión. Dentro “punto acceso personal” (donde ofrecemos el medio para compartir datos móviles) se dará la posibilidad de compartir batería. Este recurso implica perder cuando vas a compartir y ganar cuando la comparten; por tanto, tiene ciertos requisitos. En primer lugar, debe tener un mínimo de 40% para poder compartir; en segundo lugar ambos electrodomésticos deben ser de funcionamiento Apple; y por último la salud de batería tendrá que encontrarse en buenas condiciones, es decir, exigimos un mínimo de 65% de salud.

## **3.2 CALIDAD.**

Hay pocos fabricantes de móviles que levanten tantas pasiones como Apple. Y es que hay quien no quiere un teléfono, quiere un iPhone y no es solo cuestión del sistema operativo iOS. Los iPhone son conocidos por su propuesta y precio premium, si bien los de Cupertino han ido diversificando su mercado tanto con más modelos como con teléfonos "veteranos" que siguen en el catálogo.

El departamento de TI puede gestionar un subconjunto de configuraciones y políticas a la vez que restringe ciertas tareas de gestión, como borrar dispositivos a distancia o recopilar información personal.

Dada la reputación reconocida de esta empresa, la calidad es paralela a ella, ya que no contamos con una aplicación externa sino con el mismo funcionamiento.

## **3.3 EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA.**

Para acceder a la innovación propuesta se ha de seguir cierta estructura. Ajustes> Punto de acceso personal > permitir compartir a otros. Además, nuestra infraestructura cuenta con:

#### Simplificación con la inscripción automatizada. El departamento de TI puede aprovisionar dispositivos en el sistema de MDM durante la configuración sin ningún paso intermedio. También puede adaptar el proceso de integración para que a la plantilla le resulte más fácil.

Obtención un mayor nivel de control.Gracias a la supervisión, el departamento de TI tiene acceso a controles que no están disponibles en otros modelos de implantación, como configuraciones adicionales de seguridad.

 Los dispositivos Apple vienen con un entorno seguro que permite al departamento de TI gestionarlos, configurar ajustes y activar ciertas medidas de seguridad en remoto.

## **3.4 SEGURIDAD E HIGIENE.**

## Apple te lo pone fácil para elegir la opción de implantación más adecuada según las necesidades de tu empresa. Protege tanto tu información corporativa como la privacidad de los empleados que trabajan con sus dispositivos personales gracias a la prestación Inscripción de Usuario. O establece un mayor nivel de control en los dispositivos propiedad de la empresa con la supervisión e inscripción de dispositivos.

La Inscripción del Usuario permite al personal proteger su privacidad mientras el departamento de TI mantiene protegidos los datos corporativos. En segundo plano, un volumen independiente separa criptográficamente los datos gestionados de todo el mundo.

Los empleados pueden trabajar con sus dispositivos personales e incluso usar su ID de Apple junto con un ID de Apple Gestionado para lo que tenga que ver con la empresa. Todos los datos se separan para respetar la privacidad.

## **3.5 MEDIO AMBIENTE.**

Una de las finalidades de este proyecto es eliminar las baterías externas para móviles, ya que una vez han perdido su funcionamiento son desechadas al medio ambiente. Con la introducción de esta facilidad fomentamos el funcionamiento de nuestro electrodoméstico y eliminamos cierta contaminación.

**4. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.**

**4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.**

· **ANÁLISIS ESTRATÉGICO.**

En primer lugar, hablaremos del análisis interno del proyecto. Dentro de este encontramos:

DEBILIDADES: Como se ha mencionado anteriormente, nuestro público es muy limitado, pues solo estaría disponible para los dispositivos Apple, y por ello los que funcionan con android no podrán hacer uso de este y la competencia tendrá una mayor ventaja frente a nosotras.

Por otro lado, como FORTALEZAS del mismo destacaríamos la innovación frente al mercado actual, pues no se ha registrado una idea de este tipo hasta la fecha; también podríamos destacarla facilidad a la hora de hablar de su acceso porque todo aquel que disponga de cualquier dispositivo Apple, podrá obtener esta función de manera rápida y gratuita; y por último, es bastante atractiva la idea de poder compartir la batería de una manera tan rápida con la otra respectiva persona, de la misma manera que se podrían compartir los datos móviles.

En segundo lugar, hablaremos de las circunstancias o factores del entorno en el que se encuentra, es decir, su análisis externo dónde encontramos:

AMENAZAS: como se trata de un servicio que se añade al funcionamiento interno de los dispositivos disponibles, no se encuentra ninguna amenaza preocupante para este, pero sí que es cierto que al tener un público tan limitado, puede que una vez sea comprobada su eficacia por los usuarios, la idea sea imitada por otras empresas que la ofrezcan a más dispositivos, como lo sería android.

Como OPORTUNIDADES, encontramos la ventaja de que es un servicio totalmente original y muy novedoso. Y otro punto a favor de los servidores de Apple sería que, como bien sabemos, el tiempo de batería de estos es más acelerada que la de otros, y por lo tanto ya no se tendrán que preocupar por llevar un cargador encima, sino que basta con tener a alguien cercano que pueda compartir su batería con un simple gesto.

· **DEFINICIÓN DE OBJETIVOS A CORTO PLAZO (1 AÑO) Y A MEDIO PLAZO.**

Los objetivos que se pretenden conseguir principalmente sería el poder facilitar a aquellas personas que dispongan de cualquier dispositivo Apple, una función capaz de proporcionarles batería instantánea por medio de otro dispositivo con el mismo funcionamiento.

A medio o también largo plazo, podríamos destacar el interés por tratar de ampliar nuestro servicio hacia otro tipo de dispositivos e incluso poder llegar a compartir porcentaje de batería entre dos tipos de funcionamientos distintos, como sería entre iOS y Android.

**4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS.**

****

A partir de este organigrama se explicarán cada una de las funciones que se llevan a cabo en la empresa.

Como se puede comprobar en un primer momento tenemos a la directora general, Ángela Molina, que a la vez desempeña su labor en el área de recursos humanos; en su doble función realiza la supervisión de que todas las funciones y departamentos de la empresa lleven a cabo sus objetivos, y en un segundo plano se encarga de todos los temas que incumben en el contrato de clientes, formación, salarios…

Como directora comercial tenemos a Anais Montalban, quien dirige las distintas funciones que están relacionadas con su actividad, la parte creativa y la de diseño, teniendo en cuenta que todo está orientado a una mayor visibilidad de nuestro servicio de la forma más atractiva posible.

Junto a la directora de recursos humanos, en el área de estrategia, contamos también con una directora administrativa que regula todo aquello que tiene que ver con el funcionamiento tanto interno como externo de la empresa, Carla Jorques.

Respecto a los datos financieros, se encuentra como responsable Helena Valero, que junto a Carmen Soriano, se encarga de todos aquellos datos numéricos que afectan a la empresa en cuanto a beneficios o pérdidas posibles.

Por último, como directora de producción encontramos a Nerea López, quien asume la planificación y la gestión, así como las cantidades de materias en la empresa.

Como perspectivas dentro de esta misma plantilla, destacamos el hecho de la idea de poder aumentarla poco a poco incrementando así la calidad de nuestro servicio y la garantía de un mejor funcionamiento.

**4.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

- Clientes

o Calidad en el servicio.

o Garantía de la protección de datos.

o Servicios gratuitos.

- Empleados

o Política de remuneración a empleados, al tener una plantilla restringida.

o Intervención para mejorar condiciones laborales.

o Flexibilidad en decisiones laborales.

o Formación.

- Proveedores

o Mejorar la comunicación entre las distintas empresas de Apple, pues se trata de un proyecto internacional.

o Formación.

o Condiciones de pago.

- Sociedad en general

o Transparencia informativa.

o Innovación para aumentar una mayor comodidad para obtener batería instantáneamente.

**4.4. INNOVACIÓN.**

A lo largo de todo el proyecto se destaca la idea de que nuestro servicio es muy innovador. En este apartado hablaríamos de distintos factores por los cuales considerar de esta nueva función aplicada a los dispositivos que cuenten con un sistema operativo iOS, una fuerte innovación en el mercado.

En un primer momento, como ya se ha destacado, contamos con una ventaja ante la competencia, pues no se ha registrado una función similar en otros dispositivos, y eso proporciona un indicador también de lo actualizada que está nuestra empresa, y la facilidad de adaptarnos a las posibles futuras demandas de nuestro público.

Pasando al funcionamiento interno, consideramos de este servicio una idea innovadora por haber añadido a un sector, una nueva función.

Y por último, en el aspecto social, contamos con nuestro mayor soporte de innovación, pues la comodidad y la rapidez a la hora de realizar la transmisión de batería, son dos adjetivos que definen a la perfección los objetivos de este proceso.

**5.** **ÁREA JURÍDICO-FISCAL.**

**5.1.** **DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.**

Hemos escogido la forma jurídica de sociedad limitada de nueva empresa por los beneficios fiscales que esta nos presenta ya que nosotras no tendremos un valor de empresa mayor de 120000.

**5.2.** **OBLIGACIONES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD.**

La puesta a disposición de clientes, empleados, o visitantes el acceso a compartir batería conlleva una serie de **responsabilidades legales** para el establecimiento prestador del servicio. En particular es aplicable la normativa de protección de datos, ya que para facilitar el acceso es necesario **tratar datos de carácter personal** de los usuarios. Disposición sólo para sus clientes, de forma gratuita y accesoria a su actividad principal.

Se aplica la normativa de protección de datos:

- Identificar el tratamiento de datos y elaborar un registro del mismo.

- Cumplir con el principio de transparencia.

- Realizar un análisis de riesgos y poner las medidas de seguridad correspondientes.

- Formalizar el contrato de encargo de tratamiento de datos con los prestadores de servicios

**5.3. PATENTES Y MARCAS.**

Como toda innovación debe haber una protección legal. Los pasos seguidos para nombrarlo como patente son:

- Solicitar la patente.

- Presentar un documento presentar documentación en la Oficina Española de Patentes como una solicitud de patente y se realizaun examen de forma para comprobar que la documentación es correcta.

- Acto seguido,se manda un informe de búsqueda en el que se incluyen copias de todos los documentos de estado anterior de la técnica que haya encontrado el técnico oportuno y que se consideren relevantes para su invención.

- Al solicitar el examen de fondo la OEP decidirá si reúne los requisitos del convenio sobre la Patente Europea. Tres examinadores de la OEP hacen preguntas sobre dicha solicitud.

- Si los examinadores deciden conceder la patente y se han abonado todas las tasas, la patente aparecerá publicada en el Boletín Europeo de Patentes.

**5.4. PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL.**

Para la gestión de la empresa se ha requerido del permiso de colaboración dentro de la empresa Apple, junto a una licencia dentro del funcionamiento del software de los dispositivos que esta produce, ya que nuestro servicio afecta al contenido interior de estos al tratarse de una aplicación que se puede sumar de forma gratuita.

Por otra parte, contaríamos con los permisos que acepta el usuario al hacer uso de esta nueva función, pues deberá de aceptar en el inicio de su adquisición el permiso a poder acceder dentro de sus datos y funcionamiento interno, pero siempre con una protección y seguridad de los mismos totalmente garantizada.

**6.** **PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.**

**6.1.** **PLAN DE INVERSIONES.**

| **INVERSIONES** | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mobiliario y enseres** | 2000 | 2000 | 3500 |
| **Equipos para proceso de información** | 2500 | 4000 | 4500 |
| **Propiedad industrial y derecho de traspaso** | 15000 | 10000 | 10000 |
| **Aplicaciones informáticas** | 4000 | 5000 | 6000 |
| **Depósitos y fianzas** | 2000 | 0 | 0 |
| **Gastos de constitución y puesta en marcha** | 8000 | 2000 | 500 |
| **TOTAL** | **33500** | **23000** | **24500** |

**6.2.** **AMORTIZACIONES.**

| **ELEMENTOS AMORTIZABLES** | **TASA DE AMORTIZACIÓN %** |
| --- | --- |
| **Mobiliario y enseres** | 8% |
| **Equipos para procesos de información** | 15% |
| **Propiedad industrial y derechos de traspaso** | 10% |
| **Aplicaciones informáticas** | 17% |
| **Gastos de constitución y puesta en marcha** | 15% |

**6.3.** **PLAN DE FINANCIACIÓN.**

| **PLAN DE FINANCIACIÓN** | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Recursos propios** | 40000 | 60000 | 65000 |
| **Créditos y préstamos** | 10000 | 0 | 0 |
| **Otras fuentes de financiación** | 500 | 1000 | 3000 |
| **TOTAL** | **50500** | **61000** | **68000** |

**6.4. SISTEMA DE COBRO A CLIENTES, PAGO A PROVEEDORES Y DE STOCKS.**

Respecto a los pagos a los proveedores fijaremos un acuerdo mediante un contrato en el cual estipularemos un plazo en el que liquidaremos nuestras deudas pendientes. Este plazo podrá variar entre 2 y 4 meses, dependiendo el proveedor.

**6.5. CUENTA DE EXPLOTACIÓN**

| ***PARTIDAS DE INGRESOS Y GASTOS*** | ***AÑO 1*** | ***AÑO 2*** | ***AÑO 3*** |
| --- | --- | --- | --- |
| *Otros ingresos* | 30.000 | 50.000 | 70.000 |
| *Ingresos financieros* | 2.000 | 5.000 | 8.000 |
| *Servicios externos* | 7.000 | 10.000 | 12.000 |
| *Gastos de personal* | 15.000 | 20.000 | 25.000 |
| *Gastos de I + D + i* | 9.000 | 10.000 | 15.000 |
| *Gastos financieros* | 500 | 525 | 551,25 |
| *Impuestos (%)* | 25% | 25% | 25% |
| *BAII* | 4.500 | 17.500 | 25.000 |
| *BAI* | 1.500 | 4.475 | 7.448,75 |
| *IMPUESTO SOBRE BENEFICICIO* | 1.500 | 5.493 | 8.112,19 |
| *BN* | 4.500€ | 16.481€ | 24.336,56€ |

**6.6. ANÁLISIS DE RIESGOS EMPRESARIALES. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO.**

En primer lugar, con referencia a nuestros beneficios, estos vendrán dados por los anuncios publicitarios que incluirá nuestra aplicación y principalmente por la exclusividad que daremos inicialmente a los móviles Apple ya que serán los únicos que podrán utilizar este nuevo servicio.

Lo positivo de nuestro proyecto es que tenemos muy pocos gastos, por lo que nos deja un gran margen de beneficio, los mayores gastos serán los gastos de personal y el de mantener los servidores de la app y las investigaciones de I+D+i, estos supondrán entorno al 85% de los gastos. Lo que nos deja en que nuestra empresa va a tener un beneficio anual bastante considerable, además en el caso de que los ingresos por anuncios no sean suficientes, podemos plantear implementar un modelo de suscripciones, con suscripciones mensuales por el uso de nuestra app y sus funciones.

Los aspectos positivos de nuestra empresa, es que es una empresa emergente con una idea revolucionaria y ambiciosa, y de manera económica.

Como aspectos negativos podríamos encontrarnos con competidores potenciales, como sería el propio Apple que puede ser que estén desarrollando una función como la nuestra, por lo que en un futuro buscaremos expandirnos hacia otras marcas, y productos.

**7.** **ANEXOS - CURRICULA VITARUM**

|  **Nerea López** **Directora de producción** | línea horizontal**Nerea López Cañada**Cami Ben Afeli, 432112550 Almassora(34) 000 000 000lopeznerea70@.com |
| --- | --- |
| **Aptitudes** | línea horizontal* Organización de la producción.
* Normalización de procesos.
* Elaboración de presupuestos.
* Capacidad de trabajo en equipo.
 |
| **Experiencia****Formación** | línea horizontal**Función directora de producción, empresa familiar, Itaca.**Oct 2017- sep 2018, Madrid- Recepción de la materia prima. - Entrega final de los productos.- Control de calidad. - Mantenimiento. **Animadora campamento de verano**Jun 2019-ago 2019, Jávea- Animación de talleres para jóvenes de 5 a 12 años.- Apoyo administrativo.- Informe de días en el campamento. **Consum, vendedor**Sep 2018-feb 2019, Castellón. - Recepción de clientes. - Gestión del inventario. - Manejo de efectivo. - Almacenamiento de existencias.línea horizontal**IES Álvaro Falomir,** bachiller ciencias sociales. **Universidad Jaume I,** grado administración y gestión de empresas. |

| **Helena Valero****Directora financiera** | línea horizontal**Helena Valero Sánchez**Calle Don Juan de Austria, 63812550 Almassora(34) 6339811345helenvs04@gmail.com |
| --- | --- |
| **Aptitudes** | línea horizontal* Organización de las cuentas de la empresa. .
* Elaboración de presupuestos.
* Capacidad de trabajo en equipo.
 |
| **Experiencia****Formación** | línea horizontal**Función directora financiera, empresa familiar, NAVASAN.**Feb 2015- Jun 2019, Valencia-Encargada de la financiación. - Elaborar los resultados.- Control de las cuentas anuales.. **Encargada financiera de una gestoría, MASMAS** Ago 2013-ago 2014, Castellón.- Analizar las cuentas. .- Apoyo administrativo.- Informes respecto a la financiación. **Consultora financiera, empresa propia, EMPREAITA**Jul 2019-oct 2020, Castellón. - Elaborar las cuentas de otras empresas.- información sobre la financiación empresarial.línea horizontal**IES Álvaro Falomir,** bachiller ciencias sociales. **Universidad ESIC,** grado en finanzas y contabilidad.**Universidad UJI,** MBA  |

|  **Carla Jorques****Directora administrativa** | línea horizontal**Carla Jorques**C/ San Fernando, 2912550 Almassora(34) 000 000 000carlajorques11@gmail.com |
| --- | --- |
| **Aptitudes** | línea horizontal* Dedicación y responsabilidad laboral.
* Capacidad de trabajo en equipo.
* Capacidad para resolver problemas.
* Innovación y creatividad.
 |
| **Experiencia****Formación** | línea horizontal**Función administrativa, empresa familiar, SIGMADIAMANT.**Oct 2017- sep 2018, Almazora- Recepción de clientes.- Distribución y facturación de los productos.- Control de gestión.**Dependiente, Zara - Fashion Store**Nov 2018 - feb 2019, Valencia- Brindé atención eficiente a un promedio de 200 clientes semanales.- Responsable de manejo de efectivo en cantidades mayores a los 5,000 euros.- Gestión de stock y trato con proveedores.**Repaso infantil**Sep 2020 - mayo 2021, Castellón. - Enseñanza y refuerzo de la tarea.- Manejo con los niños. - Cuidado de su alimentación e higiene en horas de trabajo.línea horizontal**IES Álvaro Falomir,** bachiller de ciencias sociales. **UCM,** grado en administración y dirección de empresas. |

|                                                                         **Anais Montalbán** **Directora comercial** | **Anais Montalbán García.**Calle del Lledoner, 93212550 Almassora(34) 000 000 000Anaismg743@gmail.com |
| --- | --- |
| **Aptitudes** | * Dirigir a los equipos encargados de la aplicación de la política comercial.
* Definir la estrategia comercial de la compañía en colaboración con la Dirección general.
* Establecer los objetivos de venta y supervisar su consecución, así como la administración de las ventas.
* Gestión de todos los presupuestos comerciales.
* Seguir en directo a los clientes principales e históricos de la empresa.
 |
| **Experiencia****Formación** | **Función directora comercial, Cosentino Surface.** Febrero 2014- Julio 2017, Castellón. - Supervisar y dirigir las actividades de un departamento comercial. **Profesora de repaso.** Septiembre 2018- Junio 2020, Benicasim. - Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales. - Historia de España. - Inglés, francés, italiano. **Massimo Dutti.** Octubre 2020- Enero 2021, Castellón. - Recepción de clientes. **IES Álvaro Falomir,** bachiller ciencias sociales. **Universidad Sevilla,** grado en ADE y Marketing. |

|                                                                         **ÁNGELA****MOLINA****Directora recursos humanos** | **Ángela Molina Guirao.**Calle Constitución Española, 3112550 Almassora(34) 000 000 000angelamolina2004@gmail.com |
| --- | --- |
| **Aptitudes** | * Persona organizada, positiva y segura a la hora de trabajar.
* Buena en trabajo en equipo.
* Seguridad y relaciones laborales.
* Dirigir el área que se me asigne.
 |
| **Experiencia****Formación** | **Función directora recursos humanos, Mapfre.** Febrero 2016- Julio 2018, Castellón. -Administrando, seleccionando y capacitando al personal, relacionado con su seguridad y las relaciones laborales.**Academia, ABC**Septiembre 2018- Junio 2020,Burriana. -Inglés. - Alemán- Portugués**Prada**Junio 2020- Abril 2021, Castellón. - Administrando impuestos.**IES Álvaro Falomir,** bachiller ciencias sociales. **Universidad de Madrid ,** grado en recursos humanos, grado en economía y derecho. |