# GUÍA INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA



2020-2021

Andrés Rafael Archeli Proyecto de fin de grado



# VIVELALUCHA S.L.

**Promotor: Andrés Rafael Archeli** 

# **VIVE LA LUCHA**



# Índice:

IDEA DE NEGOCIO Y OBJETIVOS	4
Introducción:	4
Misión:	4
Visión:	4
Valores:	4
Responsabilidad Social Corporativa:	4
IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	5
Nombre de la iniciativa:	5
Fecha de inicio de la actividad:	5
Forma jurídica escogida:	5
Localización:	5
Motivo de elección de esta actividad:	5
PROMOTORES	5
Identificación del promotor:	5
Formación y experiencia profesional del promotor:	5
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
Elementos innovadores:	6
Análisis interno sobre la actividad:	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADO: MACROENTORNO Y MICROENTORNO	7
Sector de la actividad empresarial:	7
Macroentorno:	7
Consumidor (microentorno):	7
Proveedores (microentorno):	7
Competencia (microentorno):	8
PLAN DE MARKETING	8
Objetivo comercial:	8
Política de precios:	8
Sistema de ventas:	g
Logotipo:	9

	Nombre comercial:	10
	Publicidad:	10
UB	ICACIÓN E INFRAESTRUCTURA	10
	Localización y justificación:	10
	Maquinaria e instalaciones:	11
	Mobiliario:	12
	Herramientas:	12
	Equipos informáticos:	12
	Descripción de los puestos de trabajo:	12
	Organigrama:	13
	Contratación:	13
	Salarios:	13
EST	UDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	14
	Plan de inversiones:	14
	Plan de financiación:	14
	Planificación de gastos:	17
	Planificación de ingresos:	18
	Cuenta de resultado provisional:	19
	Cuenta de tesorería:	19
	Balance:	21
DA	FO	21
	Conclusiones del DAFO:	22
FUI	ENTES DOCUMENTALES	22
	Webgrafía:	22

#### **IDEA DE NEGOCIO Y OBJETIVOS**

#### Introducción:

Para que una idea de negocio funcione es recomendable centrarse en un nicho de mercado reducido, ya que, es mucho más fácil satisfacer las necesidades de la demanda y obtener unos clientes potenciales más posiblemente fidelizables.

Se observa una tendencia creciente y exponencial en interesados por la historia de España. Esto podemos verlo en formato papel por ejemplo en ventas de libros como los del autor español Juan Eslava Galán, o en formato digital con el auge de canales de youtube dedicados a la historia como Academia Play, A Toda Leche o Memorias de Pez. También así como de personas que acuden a fiestas teatralizadas como pueda ser la fiesta de Moros y Cristianos realizada en la localidad valenciana de Alcoy.

Nuestra empresa se va a dedicar al sector servicios, más concretamente, dotamos a clientes de disfraces relacionados con batallas libradas en el territorio español.

Nos centramos en un mercado de personas entre 25 y 65 años. Personas con un nivel cultural medio-alto y un poder adquisitivo medio-alto. Apasionados de la historia y aunque en nuestra empresa no existen discriminaciones por razones de sexo, preferencias sexuales, razas, creencias religiosas...Etc, sabemos que nuestro público objetivo es principalmente masculino, ya que muestran un mayor interés por la historia.

Existen muchos lugares que rememoran batallas de la historia de España como Alcoy, Simancas...Etc, pero no existe un lugar que aglutine numerosas batallas y/o ejércitos como nuestra empresa. Además tiene el complemento adicional de que el cliente puede usar completamente su imaginación y mezclar a su antojo tanto el resultado de una batalla como la coexistencia en el tiempo de dos o varios ejércitos. Todo ello además utilizando materiales totalmente respetuosos con el medio ambiente.

#### Misión:

Contribuir al desarrollo turístico de la zona con el amor por la historia de España.

#### Visión:

Convertirnos en España en referentes de la teatralización de escenas de la historia.

#### Valores:

- -Rigor histórico
- -Respeto al medio ambiente
- -Buen servicio al cliente
- -Dar empleo a personas de la zona
- -Contribuir a la lucha contra la despoblación

#### Responsabilidad Social Corporativa:

- -Estrategias de sensibilización ambiental
- -Favorecer el empleo local

#### IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

#### Nombre de la iniciativa:

Vivelalucha: Este nombre es el elegido ya que representa con dos palabras la actividad realizada en la empresa. Se eligió el nombre en castellano porque la actividad se va a realizar en España, está relacionada directamente con la historia de esta y nuestros clientes son esencialmente españoles.

#### Fecha de inicio de la actividad:

La actividad comenzará a realizarse en noviembre de 2021, ya que en esas fechas se prevé que la situación de la pandemia sea mucho mejor a la actual y que al menos el 80% de la población española esté vacunada.

#### Forma jurídica escogida:

Sociedad Limitada. Los motivos son: La cifra de capital mínimo a aportar es más pequeña que en la Sociedad Anónima. La responsabilidad es limitada y los trámites burocráticos para la constitución son mucho más simples.

#### Localización:

Estará ubicada en la Calle de las Cercas n°31 de la localidad de Curiel de Duero, provincia de Valladolid.

#### Motivo de elección de esta actividad:

El principal motivo de la creación de una empresa es económico. En esta ocasión también es así y creo firmemente que existe una oportunidad única para innovar en un mercado que está aún por explotar y que los negocios que mejor funcionan son los que se especializan en un nicho poblacional concreto.

#### **PROMOTORES**

#### Identificación del promotor:

Nombre: Andrés Lavoe Santos

Dirección: C/Constitución, 11, Roturas, Valladolid, España.

Teléfono: móvil: 652332895 fijo: 983247568

DNI: 85962214K

#### Formación y experiencia profesional del promotor:

Formación:

- -Título ESO
- -Título Bachillerato Ciencias Sociales y Humanidades
- -Título Ciclo Formativo Grado Superior de Marketing y Publicidad
- -Título Grado Universitario en Historia
- -Título Ciclo Formativo Grado Superior de Guía, Información y Asistencias Turísticas

#### Experiencia:

- -1 año como guía en Praga en Turistico s.r.o.
- -2 años como profesor particular en Historia de España en Tusclasesparticulares.com
- -6 meses como camarero en el bar Donde El Cubano

#### Cualidades:

Responsabilidad, sociabilidad, implicación, adaptabilidad absoluta, conocimientos informáticos, altos conocimientos en marketing, buena atención al cliente, ambición.

#### DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

En Vivalalucha S.L. vamos a dar un servicio el cual consiste en dotar a las personas de un terreno y de unos disfraces con todos los complementos necesarios para que los clientes que deseen, puedan disfrazarse, rememorar las luchas a su antojo o como realmente sucedieron en territorio español, así como también hacerse fotos.

Los clientes podrán disfrazarse de: Celtíbero, romano, soldado visigodo, soldado musulmán, soldado caballero cristiano, indígena, conquistador, soldado real de Carlos I, comunero, tercio de picas, soldados protestantes, soldado francés napoleónico, civiles y soldadados españoles en esa época, carlistas, isabelinos, soldados filipinos, los últimos de Filipinas, franquistas, republicanos, etarra y guardia civil. Además como extra tendremos disfraces de: Velázquez, el Greco, Cervantes, Góngora, Lope de Vega, Calderon de la Barca, Antonio Machado, Picasso, Dalí, Lorca, Unamuno, Goya, Felipe II, Blas de Lezo, Elcano, Inés de Suárez, Hernán Cortés, Simón Bolívar, Adofo Suarez, Juan Carlos I, Pepe Botella, Duque de Wellington, el Cid, Abderramán III, Carlos I, Juana de Castilla, Felipe de Aragón, Reyes Católicos y Cristóbal Colón.

#### Elementos innovadores:

Lo novedoso es ya en sí que no existe una empresa similar en el mercado. Existen ciertos eventos organizados por administraciones públicas que conmemoran alguna de estas batallas, pero no una entidad privada que dote de disfraces y todo tipo de complementos, en un entorno al aire libre a personas amantes de la historia. Además si a esto le agregamos que los disfraces y complementos estarán realizados con un plástico vegetal y biodegradable para ser respetuosos con el medio ambiente, el factor innovador aumenta.

#### Análisis interno sobre la actividad:

Como bien expuse anteriormente estudié y finalicé la carrera de historia por lo que tengo sobradamente nociones de aspectos históricos. También estudié un ciclo formativo relacionado con marketing, cuyos conocimientos son vitales para dar a conocer la empresa al inicio de la actividad. Mi experiencia ha sido siempre en contacto con personas, lo cual es una cualidad imprescindible para esta empresa.

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO: MACROENTORNO Y MICROENTORNO

#### Sector de la actividad empresarial:

Vivelalucha S.L. Pertenece al sector terciario o sector servicios.

La actividad se desarrollará en el ámbito local, pero el alcance del cliente objetivo es de nivel nacional.

#### Macroentorno:

- -Económicos: Estabilidad a medio y largo plazo con el Euro. Inflación prácticamente inexistente. Barreras de entrada al mercado escasas. Sistema de libre mercado.
- -Políticos-legales: Existencia de leyes y subvenciones para el emprendimiento en el entorno rural. Nivel de burocracia alto. Menor impuesto IBI al ser municipio pequeño.
- -Socioculturales: Estilo de vida normal dentro del país y entusiastas con nuevos emprendedores.
- -Tecnológicos: Dificultades con la conexión a internet que se solventará con la inminente llegada del 5G.
- -Demográficos: Población altamente envejecida.

#### Consumidor (microentorno):

Nos centramos en un mercado de personas entre 25 y 65 años. Personas con un nivel cultural medio-alto y un poder adquisitivo medio-alto.

Nuestro cliente potencial joven es alumno de la carrera de historia que ya se encuentre en proceso de finalizarla.

Nuestro cliente potencial a partir de 30 años es un perfil interesado por la historia de España, que participa en foros y debates, realiza viajes histórico-culturales y sigue multitud de páginas relacionadas con este tema en sus redes sociales.

Geográficamente hablando el cliente está repartido por toda la península ibérica.

#### *Proveedores (microentorno):*

Nombre del proveedor:	Tipo de provisión:	Dirección e-mail:	Pago a:
Fiesta y Carnaval	Disfraces y complementos al por mayor	fycar@fycar.es	90 días
Iberdrola S.A.	Luz	clientes@iberdrola.es	60 días
Jazztel S.A.U.	Teléfono e internet	info@jazztel.com	30 días
Mapfre S.A.	Seguros	mapfre@mapfre.es	-

#### Competencia (microentorno):

Inexistencia de competencia.

Analizando los posibles competidores, no existe nada igual en todo el país. Es cierto que hay alguna celebración en alguna localidad en la que se pueden disfrazar y conmemorar esa batalla explícitamente, pero en su mayoría solo es una batalla y solo pueden participar personas residentes de la localidad.

#### PLAN DE MARKETING

#### Objetivo comercial:

Los objetivos han de ser realistas, realizables, rentables y medibles.

Somos conscientes de que la empresa aún no está realizando la actividad y que por ello para marcar unos objetivos a corto plazo debemos hacerlo de una forma muy prudente pudiendo estar en pérdidas los primeros 2 o 3 meses.

**Objetivos a corto plazo** (1 año desde el inicio de la actividad): Tener cubierto la mitad del año por al menos un grupo de 10 personas al día.

**Objetivos a medio plazo** (más de 1 año desde el inicio de la actividad): Tener cubierto todos los días del año con al menos 1 grupo de 10 personas o lo que es lo mismo 2 grupos en la mitad del año.

**Objetivos a largo plazo** (a partir de 2 años del inicio de la actividad): Tener cubierto con al menos dos grupos de 10 personas todos los días del año.

#### Política de precios:

	30m	60m	90m	120m
4-10 personas	50€/pers	80€/pers	120€/pers	140€/pers
11-20 personas	40€/pers	70€/pers	110€/pers	130€/pers
21-25 personas	30€/pers	60€/pers	100€/pers	120€/pers
26-30 personas	20€/pers	50€/pers	90€/pers	110€/pers

#### Suplemento disfraces especiales:

	30m	60m	90m	120m
Precio unidad disfraz especial:	20€ total	35€ total	45€ total	50€ total

Disfraces especiales: Solo disponible 1 disfraz especial por día.

Todas las reservas deben hacerse con 3 días de antelación.

La política de precios podríamos decir que es mixta, ya que la infulyen varios factores:

Si bien es cierto no nos hemos basado en la competencia al ser ésta inexistente, hemos analizado los precios de empresas relacionadas con actividades al aire libre como el Paintball.

También nuestro precio se ha visto influenciado por los costes. Los disfraces, su mantenimiento, el alquiler, la luz, el teléfono y el internet, son nuestros gastos y todos ellos son fijos que hay que rentabilizar.

El tercer factor influenciador del precio es la escasez de competencia. Al ser la única empresa en todo el país que ofrece este servicio, el precio puede mantenerse algo más elevado de lo normal.

El último elemento que afecta al precio es la característica de nuestro cliente. Hemos decidido enfocarnos a un cliente con un nivel adquisitivo medio-alto por lo que no hay que poner precios bajos ni usar estrategias de precio psicológico como por ejemplo el 99,99€.

#### Sistema de ventas:

Nuestra distribución es totalmente directa, es decir, no tenemos intermediarios. Distribuimos directamente al cliente final.

#### Logotipo:





AQUI LA HISTORIA LA ESCRIBES TU

#### El logo se basa en tres partes:

- 1. Parte superior donde se encuentra el nombre comercial (explicado en el siguiente apartado). Se ha usado un tipo de letra serio y que sea fácilmente legible.
- 2. En el centro 3 elementos que simbolizan diferentes partes de la historia de España y que también estarán presentes en la indumentaria. En la parte inferior vemos un casco típico romano, en la parte superior izquierda una boina carlista y en la parte derecha un morrión (casco vinculado comúnmente a los tercios españoles).

3. Por último en la parte inferior, vemos el eslogan en un tamaño menor que la mitad del nombre comercial, pero en la misma tipología de letra y color.

#### Nombre comercial:

Nuestro nombre comercial es Vivelalucha. La elección tiene tres características principales:

- 1. El nombre está puesto en español porque muy mayoritariamente el mercado al que nos dirigimos es hispanohablante.
- 2. El nombre consta de tres palabras. Un verbo, un artículo y un nombre. El significado de esto es para darle fuerza al producto. El verbo elegido es Vivir. Un verbo que en el sector servicios es frecuente, ya que el servicio es algo intangible y que con él se llama a la acción. También con el nombre completo se refleja la identidad de la empresa que es la recreación de batallas importantes de la historia de España.
- 3. El eslogan "Aquí la historia la escribes tú" tiene el objetivo de dar poder a quien lo lee de creerse dueño de la historia y poder escribirla a su antojo por un momento.

#### **Publicidad:**

Somos una empresa concienciada con el cuidado del entorno y estamos en contra de gastar dinero en publicidad offline. Estamos en 2021 y creemos que un buen uso de medios digitales es suficiente para una buena campaña publicitaria.

#### Publicidad en RRSS:

- -Twitter: Realización de una campaña de captación con un alcance objetivo de 4000 personas dentro de nuestro público meta. Interacciones constantes con dicho público.
- -Instagram: Realización de una campaña de captación con un alcance objetivo de 2000 personas dentro de nuestro público meta. Más creado para la interacción post servicio, donde se subirá contenido de la empresa y con los clientes satisfechos.
- -Facebook: Realización de una campaña de captación con un alcance objetivo de 5000 personas dentro de nuestro público meta. Interacción absoluta con grupos y miembros de grupos relacionados con la historia de España.
- -Youtube: Realización de una colaboración con algún youtuber con contenido de divulgación histórica, así como la creación de un propio canal de youtube.
- -Creación de un video promocional antes del inicio de la actividad.
- -Creación de página web.
- -Colaboración con bodegas de vino del entorno para la realización de sorteos entre los clientes potenciales.

#### UBICACIÓN E INFRAESTRUCTURA

#### Localización y justificación:

El local está situado en la calle de las Cercas nº 31, Curiel de Duero.

El establecimiento es cedido por el Ayuntamiento con el fin de atraer turismo y acabar con la sangría económica.

El establecimiento tiene tres partes:

- 1. Recibidor y mostrador donde los clientes serán atendidos. Tiene unas medidas de 35 metros cuadrados.
- 2. Un vestuario donde los clientes podrán cambiarse de ropa (la ropa puede ser guardada en taquillones) y ponerse los disfraces. Medidas 50 metros cuadrados.
- 3. Almacén donde se guardan los disfraces y se lavan con 5 lavadoras disponibles. Medidas 20 metros cuadrados.

Además cuenta con el área recreativa también prestada por el Ayuntamiento de 160 metros cuadrados.



He elegido esta ubicación primero porque fue el mismo Ayuntamiento el cual me escribió diciendo que les gustaba mi idea y que estaban dispuestos a ceder terreno, el establecimiento y las lavadoras.

Además de tener una localización muy buena situándose en pleno centro de la ruta de la Ribera del Duero, no muy lejos del centro peninsular.

Otra razón también es la meteorología. Debemos tener en cuenta que es una actividad que se realiza al aire libre por lo que necesitamos que no sea una zona muy abundante en agua que es lo que puede echar a los clientes para atrás.

La cesión de estas infraestructuras son totalmente gratuitas a cambio de que se dé trabajo a personas del pueblo y el promotor viva en el mismo.

#### *Maquinaria e instalaciones:*

La maquinaria necesaria son las 3 lavadoras y 2 secadoras para lavar la ropa.

Las lavadoras y secadoras las adquiere el ayuntamiento y nos las cede.

#### **Mobiliario:**

Taquillas de segunda mano 25€ cada 8 uds: 32 taquillas 100€

https://www.milanuncios.com/gimnasios/taquillas-segunda-mano-como-nuevas-236895063.htm

Proveedor: Milanuncios.com

Mesa de escritorio: 2 mesas de escritorio 69€/ud: 138€

Proveedor: Ikea S.A.

#### Herramientas:

Material de oficina (Bolígrafos, folios...): 30€

Proveedor: Librería Mamen

Equipos informáticos: 2 ordenadores: 250€/ud: 500€

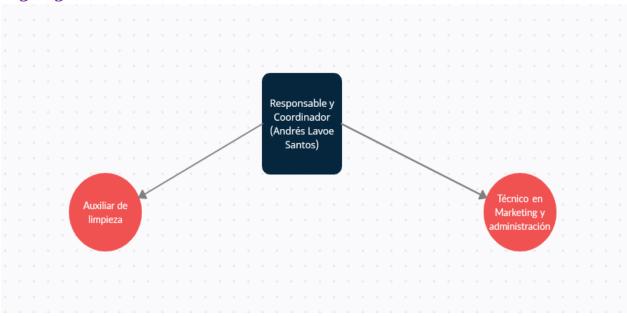
Proveedor: Info-computer.com

#### ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

#### Descripción de los puestos de trabajo:

Puestos de Trabajo			Formación/experiencia	Horas
Auxiliar de Limpieza	Persona encargada de mantener limpia la oficina, así como de lavar y secar los disfraces.	1	Experiencia de al menos 1 año en actividades relacionadas con la limpieza y/o lavandería. (Debe de ser del municipio)	8 horas
Técnico en marketing y administración	Se encargará de atender llamadas, llevar las cuentas y las RRSS.	1	Grado medio en marketing o administración. Experiencia demostrable en los dos ámbitos.	8 horas
Responsable de la atención al público y coordinador	Encargado de recibir a los clientes además de coordinar el trabajo de los demás.	1	Grado en Historia y Grado superior de guía información y asistencias turísticas. (Debe vivir en el municipio)	9 horas

#### Organigrama:



#### Contratación:

Primeramente realizaremos a todos ellos un contrato temporal de 6 meses, si la empresa funciona otros 6 meses y en el año se firmará un contrato indefinido.

En los 3 contratos existirán comisiones de producción.

#### **Salarios:**

- -Auxiliar de limpieza: 1000€/mes brutos (con pagas prorrateadas).
- -Técnico en marketing y administración: 1100€/mes brutos (con pagas prorrateadas).
- -Responsable y coordinador: 1500€/mes brutos (con pagas prorrateadas).



# ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

## Plan de inversiones:

INVERSIONES	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Amortizació
Inmovilizado Material					anual (%)
Reforma y decoración de locales					3,0
Construcciones					10,0
Maquinaria					12,5
Utillaje y herramienta					20,0
Otras instalaciones					10,0
Mobiliario	238,00€				10,0
Equipos para proceso de información	500,00€				25,0
Elementos de transporte					14,3
Inmovilizado Intangible					
Patentes y marcas					20,0
Aplicaciones informáticas					33,3
Propiedad industrial					20,0
Derechos de traspaso					20,0
Depósitos y fianzas					0,0
Circulante					Total
Existencias	12.000,00€				
Provisión de fondos (efectivo)					

Amortización anual (%)	Amortización AÑO 1 (€)	Amortización AÑO 2 (€)	Amortización AÑO 3 (€)
3,0%	- €	- ε	- €
10,0%	- €	- €	- €
12,5%	- €	- €	- €
20,0%	- €	- €	- €
10,0%	- €	- €	- €
10,0%	23,8€	23,8€	23,8 €
25,0%	125,0€	125,0€	125,0€
14,3%	- €	- €	- €
20,0%	- €	- €	- €
33,3%	- €	- €	- €
20,0%	- €	- €	- €
20,0%	- €	- €	- €
0,0%	- €	- €	- €
Total	148,8 €	148,8 €	148,8 €

GASTOS DE ESTABLECIMIENTO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inmovilizado Material				
Constitución	300,00€			
Puesta en marcha				
	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3

# Plan de financiación:

	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CANTIDAD A FINANCIAR	13.038,00 €	- €	- €	- €
FINANCIACIÓN	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Capital aportado por autonomo o	2.638,00€			
Subvenciones	4.000,00€			
Pólizas de crédito				
Prestamo/crédito a largo plazo	6.400,00€			
Préstamos personales				
Otra				
TOTAL	13.038,00 €	- €	- €	- €

# INTRODUCE A CONTINUACIÓN LOS DATOS DEL PRESTAMO !! DATOS DE LA OPERACIÓN CANTIDAD A SOLICITAR: 6.400 PERIODO DE DEVOLUCION (AÑOS) 5 TIPO DE INTERES (%) 2,00% COSTES DE LA OPERACIÓN (%) 1 CUADRO DE AMORTIZACION AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3

CUADRO DE AMORTIZACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Intereses	116,77€	91,96€	66,64€
Devolución del principal	1.229,36€	1.254,17€	1.279,49€
Importe total de las cuotas	1.346,13€	1.346,13€	1.346,13€
Comisiones apertura	6.400,00€		

	Cuota			Capital	Capital
Periodo	mensual	Intereses	Amortización	amortizado	pendiente
1	112,18	10,67	101,51	101,51	6.298,49
2	112,18	10,50	101,68	203,19	6.196,81
3	112,18	10,33	101,85	305,04	6.094,96
4	112,18	10,16	102,02	407,06	5.992,94
5	112,18	9,99	102,19	509,25	5.890,75
6	112,18	9,82	102,36	611,61	5.788,39
7	112,18	9,65	102,53	714,14	5.685,86
8	112,18	9,48	102,70	816,84	5.583,16
9	112,18	9,31	102,87	919,71	5.480,29
10	112,18	9,13	103,04	1.022,76	5.377,24
11	112,18	8,96	103,22	1.125,97	5.274,03
12	112,18	8,79	103,39	1.229,36	5.170,64
13	112,18	8,62	103,56	1.332,92	5.067,08
14	112,18	8,45	103,73	1.436,65	4.963,35
15	112,18	8,27	103,91	1.540,56	4.859,44
16	112,18	8,10	104,08	1.644,64	4.755,36
17	112,18	7,93	104,25	1.748,89	4.651,11
18	112,18	7,75	104,43	1.853,31	4.546,69

19	112,18	7,58	104,60	1.957,91	4.442,09
20	112,18	7,40	104,77	2.062,69	4.337,31
21	112,18	7,23	104,95	2.167,64	4.232,36
22	112,18	7,05	105,12	2.272,76	4.127,24
23	112,18	6,88	105,30	2.378,06	4.021,94
24	112,18	6,70	105,47	2.483,53	3.916,47
25	112,18	6,53	105,65	2.589,18	3.810,82
26	112,18	6,35	105,83	2.695,01	3.704,99
27	112,18	6,17	106,00	2.801,01	3.598,99
28	112,18	6,00	106,18	2.907,19	3.492,81
29	112,18	5,82	106,36	3.013,55	3.386,45
30	112,18	5,64	106,53	3.120,08	3.279,92
31	112,18	5,47	106,71	3.226,79	3.173,21
32	112,18	5,29	106,89	3.333,68	3.066,32
33	112,18	5,11	107,07	3.440,75	2.959,25
34	112,18	4,93	107,25	3.548,00	2.852,00
35	112,18	4,75	107,42	3.655,42	2.744,58
36	112,18	4,57	107,60	3.763,02	2.636,98
37	112,18	4,39	107,78	3.870,81	2.529,19
38	112,18	4,22	107,96	3.978,77	2.421,23
39	112,18	4,04	108,14	4.086,91	2.313,09
40	112,18	3,86	108,32	4.195,23	2.204,77
41	112,18	3,67	108,50	4.303,74	2.096,26
42	112,18	3,49	108,68	4.412,42	1.987,58
43	112,18	3,31	108,87	4.521,29	1.878,71
44	112,18	3,13	109,05	4.630,33	1.769,67
45	112,18	2,95	109,23	4.739,56	1.660,44
46	112,18	2,77	109,41	4.848,97	1.551,03
47	112,18	2,59	109,59	4.958,56	1.441,44
48	112,18	2,40	109,78	5.068,34	1.331,66
49	112,18	2,22	109,96	5.178,30	1.221,70
50	112,18	2,04	110,14	5.288,44	1.111,56
51	112,18	1,85	110,33	5.398,76	1.001,24
52	112,18	1,67	110,51	5.509,27	890,73
53	112,18	1,48	110,69	5.619,97	780,03
54	112,18	1,30	110,88	5.730,84	669,16
55	112,18	1,12	111,06	5.841,91	558,09
56	112,18	0,93	111,25	5.953,15	446,85
57	112,18	0,74	111,43	6.064,59	335,41
58	112,18	0,56	111,62	6.176,20	223,80
59	112,18	0,37	111,80	6.288,01	111,99
60	112,18	0,19	111,99	6.400,00	0,00
	112,10	0,15	111,55	0.400,00	0,00

# Planificación de gastos:

COSTES FIJOS	Gasto mensual
Retribución del autónomo	60,00€
Seguros de autónomos (RETA)	80,00€
Servicios exteriores	
Servicios profesionales: asesorías,	
Alquileres y cánones	
Suministros: luz, gas, agua, teléfono,	150,00€
Publicidad y propaganda	10,00€
Mantenimiento, reparación y limpieza	20,00€
Gastos diversos: material oficina,	5,00€
Tributos	200,00€
Seguros	100,00€

IRPF - Estimación Objetiva									
Módulos	130,00€								
IRPF - Estimación d	lirecta								
¿Pagos Fraccionados?	Si ▼								

Puesto de trabajo		:	Salarios mensuale	25	Т	ipo de contrat	0
	Nº	Salario	Pluses y	Parte proporcional			Retención
Denominación	trabajadores	bruto mensual	complementos	pagas extra	Duración	Jornada	IRPF (%)
Auxiliar de limpieza	1,0	1.000,00		166,66	Temporal *	Completa 🔻	15,00%
Técnico en marketing y administración	1,0	1.100,00		183,33	Temporal *	Completa 🔻	15,00%
Responsable y coordinador	1,0	1.500,00		250,00	Indefinido 🔻	Completa 🔻	15,00%
					-	-	
					+	~	
					+	-	
					-	-	
					+	-	
					+	-	
					+	-	
					+		
					+	-	

Cotización						Coste mensual
Accidentes Tbjo.	Base de	Seg. Social	Seg. Social	Total	Líquido a pagar	para
y enfermed.pr.	cotización	trabajador	Empresa	Seg. Social	tras retención	el autónomo
	1.166,66	74,67	362,83	437,50	916,99	1.529,49
	1.283,33	82,13	399,12	481,25	1.008,70	1.682,45
	1.750,00	111,13	523,25	634,38	1.376,38	2.273,25
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Totales	4.199,99	267,92	1.285,20	1.553,12	3.302,07	5.485,19

## Planificación de ingresos:

idilijiedeloii			
PRECI	OS		
Producto ó servicio	Precio unitario		
4-10 30m	50,00		
4-10 60m	80,00	PREVISION INCREMENTOS VENTAS	
11-20 30m	40,00	% Variación Ventas año 2/ Ventas año 1	
11-20 60m	70,00	% Variación Ventas año 3/ Ventas año 2	50,

V	VENTASD DE PRODUCTO O SERVICIO (unidades)											
	4-10 30m	4-10 60m	11-20 30m	11-20 60m	Total							
Mes 1	50	8	22	0	80							
Mes 2	50	16	22	0	88							
Mes 3	50	16	22	0	88							
Mes 4	64	24	35	15	138							
Mes 5	70	24	35	15	144							
Mes 6	100	50	35	30	215							
Mes 7	100	50	35	15	200							
Mes 8	100	50	35	15	200							
Mes 9	100	50	35	15	200							
Mes 10	80	40	30	0	150							
Mes 11	60	24	30	0	114							
Mes 12	50	16	30	0	96							
Año 1	874	368	366	105	1.713							
Año 2	2622	1.104	1.098	315	5.139							
Año 3	3.933	1.656	1.647	473	7.709							

	VENTAS DE	PRODUCTO	O SERVICIO	(en euros)	
	4-10 30m	4-10 60m	11-20 30m	11-20 60m	Total
Mes 1	2.500,00	640,00	880,00	0,00	4.020,00
Mes 2	2.500,00	1.280,00	880,00	0,00	4.660,00
Mes 3	2.500,00	1.280,00	880,00	0,00	4.660,00
Mes 4	3.200,00	1.920,00	1.400,00	1.050,00	7.570,00
Mes 5	3.500,00	1.920,00	1.400,00	1.050,00	7.870,00
Mes 6	5.000,00	4.000,00	1.400,00	2.100,00	12.500,00
Mes 7	5.000,00	4.000,00	1.400,00	1.050,00	11.450,00
Mes 8	5.000,00	4.000,00	1.400,00	1.050,00	11.450,00
Mes 9	5.000,00	4.000,00	1.400,00	1.050,00	11.450,00
Mes 10	4.000,00	3.200,00	1.200,00	0,00	8.400,00
Mes 11	3.000,00	1.920,00	1.200,00	0,00	6.120,00
Mes 12	2.500,00	1.280,00	1.200,00	0,00	4.980,00
Año 1	43.700,00	29.440,00	14.640,00	7.350,00	95.130,00
Año 2	131.100,00	88.320,00	43.920,00	22.050,00	285.390,00
Año 3	196.650,00	132.480,00	65.880,00	33.075,00	428.085,00

# Cuenta de resultado provisional:

RESU	LTADOS		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas Netas	95.130	285.390	428.085
Subvenciones	400	400	400
Costes Variables	0	0	0
MARGEN BRUTO	95.530	285.790	428.485
Retribución del autónomo	720	720	720
Seguros de autónomos (RETA)	960	960	960
Sueldos y salarios	50.400	50.400	50.400
Seguridad social a cargo de la empr.	15.422	15.422	15.422
Servicios exteriores	0	0	0
Servicios profesionales: asesorías,	0	0	0
Alquileres y cánones	0	0	0
Suministros: luz, gas, agua, teléfono,	1.800	1.800	1.800
Publicidad y propaganda	120	120	120
Mantenimiento, reparación y limpieza	240	240	240
Gastos diversos	60	60	60
Tributos	2.400	2.400	2.400
Seguros	1.200	1.200	1.200
Gastos de establecimiento	300	0	0

Dotación amortizaciones	149	149	149
RESULTADO DE EXPLOTACION	21.759	212.319	355.014
Gastos financieros	6.517	92	67
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	15.242	212.227	354.947
Impuestos (IRPF o I.Sociedades)	520	520	520
RESULTADO DEL EJERCICIO	14.722	211.707	354.427

# Cuenta de tesorería:

TESORERIA EJERCICIO 1													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cobro de clientes	4.020	4.660	4.660	7.570	7.870	12.500	11.450	11.450	11.450	8.400	6.120	4.980	95.130
Financiación						0							0
TOTAL COBROS	4.020	4.660	4.660	7.570	7.870	12.500	11.450	11.450	11.450	8.400	6.120	4.980	95.130
Proveedores y gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sueldos y salarios del personal	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	50.400
Seguridad Social a cargo de la empr.	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	1.285	15.422
Retribución del autónomo	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Seguros de autónomos (RETA)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Servicios exteriores													0
Servicios profesionales: asesorías,													0
Alquileres y cánones													0
Suministros: luz, gas, agua, teléfono,	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Publicidad y propaganda	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Mantenimiento, reparación y limpieza	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Gastos diversos: material oficina,	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Tributos	2.400												2.400
Seguros	1.200												1.200
Cuotas de los préstamos a largo	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1.346

Comisiones apertura préstamos	6.400												6.400
Devolución deudas a corto												0	0
IRPF (Módulos / pagos fraccionados)	0	0	130	0	0	130	0	0	130	0	0	130	520
Gastos establecimiento						0							0
Pago de las inversiones						0							0
TOTAL PAGOS	15.922	5.922	6.052	5.922	5.922	6.052	5.922	5.922	6.052	5.922	5.922	6.052	81.588
Diferencia COBROS-PAGOS	-11.902	-1.262	-1.392	1.648	1.948	6.448	5.528	5.528	5.398	2.478	198	-1.072	13.542
SALDO ANTERIOR		-11.902	-13.165	-14.557	-12.909	-10.962	-4.514	1.013	6.541	11.939	14.416	14.614	
SALDO FINAL DISPONIBLE	-11.902	-13.165	-14.557	-12.909	-10.962	-4.514	1.013	6.541	11.939	14.416	14.614	13.542	13.542

PREVISION TESORERIA				
	Previo al inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cobro de clientes		95.130	285.390	428.085
Financiación	13.038	0	0	0
TOTAL COBROS	13.038	95.130	285.390	428.085
Proveedores y gastos variables		0	0	0
Sueldos y salarios del personal		50.400	50.400	50.400
Seguridad Social a cargo de la empr.		15.422	15.422	15.422
Retribución del autónomo		720	720	720
Seguros de autónomos (RETA)		960	960	960
Servicios exteriores		0	0	0
Servicios profesionales: asesorías,		0	0	0
Alquileres y cánones		0	0	0
Suministros: luz, gas, agua, teléfono,		1.800	1.800	1.800
Publicidad y propaganda		120	120	120
Mantenimiento, reparación y limpieza		240	240	240
Gastos diversos: material oficina,		60	60	60
Tributos		2.400	2.400	2.400
Seguros		1.200	1.200	1.200
Cuotas de los préstamos a largo		1.346	1.346	1.346

Comisiones apertura préstamos		6.400		
Devolución deudas a corto		0		
IRPF (Módulos / pagos fraccionados)		520	520	520
Dividendos (pagos al autónomo)			10.306	148.195
Gastos de establecimiento	300	0	0	0
Pago de las inversiones	12.738	0	0	0
TOTAL PAGOS	13.038	81.588	85.494	223.383
Diferencia COBROS-PAGOS	0	13.542	199.896	204.702
SALDO ANTERIOR	0		13.542	213.438
SALDO FINAL DISPONIBLE	0	13.542	213.438	418.139

# Balance:

ACTIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Inmovilizado Intangible	0	0	0	0
Inmovilizado Material	738	738	738	738
Inversiones financieras a largo		0	0	0
Amortizaciones		-149	-298	-446
Activo no Corriente	738	589	440	292
Existencias	12.000	12.000	12.000	12.000
Clientes		0	0	0
Efectivo		13.542	213.438	418.139
Activo Corriente	12.000	25.542	225.438	430.139
TOTAL ACTIVO	12.738	26.131	225.878	430.431

PASIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Capital	2.638	2.638	2.638	2.638
Subvenciones	4.000	3.600	3.200	2.800
Reservas			4.417	67.929
Resultados	-300	14.722	211.707	354.427
Patrimonio Neto	6.338	20.960	221.962	427.794
Deudas a largo plazo	6.400	5.171	3.916	2.637
Pasivo No corriente	6.400	5.171	3.916	2.637
Deudas a corto plazo				
Otros acreedores				
Proveedores		0	0	0
Pasivo Corriente	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	12.738	26.131	225.878	430.431

# **DAFO**

Debilidades:	Amenazas:			
<ul> <li>Intangibilidad del servicio</li> <li>Empresario primerizo</li> <li>Posible existencia de imprudencia</li> <li>Primeros meses de incertidumbre</li> </ul>	<ul> <li>Posible aparición de competencia</li> <li>Dependencia absoluta de la meteorología en un principio</li> <li>Fiscalidad cambiante según el gobierno</li> <li>Dependencia del sector servicios de pandemias y epidemias</li> <li>Falta de infraestructuras en el entorno rural</li> <li>Posibilidad de existencia de personas ofendidas</li> </ul>			
Fortalezas:	Oportunidades:			
<ul><li>Empresa totalmente innovadora</li><li>Público objetivo amplio</li></ul>	<ul> <li>Auge de inversión pública en el entorno rural</li> </ul>			

- Nicho de mercado bien definido
- Municipio implicado con la empresa
- Relativamente cerca de la capital
- Municipio bien comunicado
- Empresa con profesionales
- Buenas previsiones económicas
- Beneficio de subvenciones mejoras en el entorno rural
- Gusto por la historia en auge
- Existencia de rutas enológicas en el entorno
- Posibles colaboraciones con otras empresas para seguir creciendo
- 5G muy próximo
- Inexistencia de barreras de entrada en el mercado
- Boom turístico en el fin de la pandemia

#### Conclusiones del DAFO:

Mostramos ciertas debilidades que la experiencia y el tiempo nos harán corregir y que acabarán siendo fortalezas.

En cuanto a las fortalezas son bastante numerosas y tienen diferentes cuestiones como el mercado, la ubicación o la profesionalidad.

Las amenazas es lo que más puede llegar a perjudicar a la empresa, ya que son situaciones que se escapan de los poderes de la empresa y que son siempre una incertidumbre. Debemos estar totalmente actualizados sobre macro y microeconomía y los sucesos, porque los mejores preparados son los que después encuentran la oportunidad antes.

Las oportunidades están sobre todo basadas en la situación y al quehacer de la empresa. Debemos aprovecharlas al máximo para sacar el mayor rendimiento posible.

En general se puede observar que los apartados de fortalezas y oportunidades son mayores que los de debilidades y amenazas esto es un claro indicador de que las cosas van por el buen camino aunque no hay que confiarse, ya que no es una verdad absoluta.

#### **FUENTES DOCUMENTALES**

#### Webgrafía:

https://bit.ly/3bok7DI (Subvención)

https://bit.ly/3w2UFLY (Diferencia entre RSC y valores)

https://bit.ly/3bgTtwr (Diferencia entre macroentorno y microentorno)

https://bit.ly/2RKAN1g (Tipos de distribución)

https://bit.ly/2RlkhyG (Jazztel para empresas)

https://bit.ly/3y3Bwep (Mapfre para empresas)

https://www.fycar.es/ (Proveedor de disfraces)

https://bit.ly/3o9H1ng (Información sobre RETA)