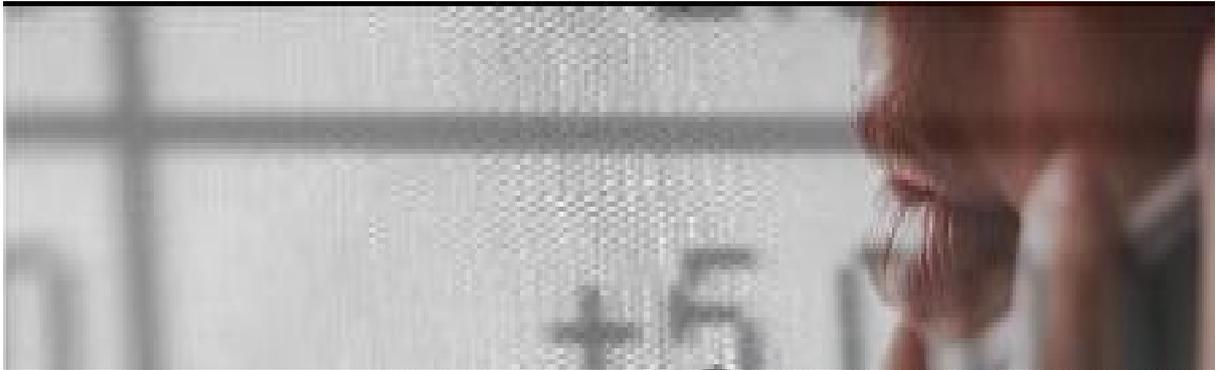


[27/05/2013]



DICOAP

PROYECTO DICOAP

DERECHO

INGENIERÍA

CONTABILIDAD

ORGANIZACIÓN

ADMINISTRACIÓN

PROYECTO EMPRESARIAL



[Nayima Alcaide Quereda] | GAP

Diplomado en Gestión y Administración Pública

ÍNDICE TRABAJO FIN DE CARRERA DICOAP

CAPÍTULO I PRESENTACIÓN DE LA IDEA, DELIMITACIÓN Y ELECCIÓN	6
1. PRESENTACIÓN DE LA ALUMNA PROMOTORA	6
2. ELECCIÓN DE LA IDEA ELEGIDA	6
2.1 Objetivos que justifican su elección	11
2.2 Relación de asignaturas en las cuales se basa el proyecto	11
3. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD ELEGIDA. PRIMERAS HIPÓTESIS.....	16
3.1. Resumen de la actividad	16
3.2. Principales características de los servicios.....	17
3.3. Inversión básica y posibles fuentes de financiación.....	18
CAPÍTULO II ANÁLISIS EXTERNO, DEL SECTOR Y COMPETENCIA	20
1. ANÁLISIS EXTERNO DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD	20
2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA	24
2.1.1. Tamaño y grado de concentración del sector	24
2.1.2. Evolución del sector	25
2.1.3. Posición comercial.....	27
2.1.4. Aspectos económicos.....	29
2.1.5. Aspectos financieros	30
2.1.6. Posición internacional del sector	31
2.2. Análisis de la competencia en las empresas del sector	33
2.3. Análisis de las fuerzas competitivas	34
CAPÍTULO III ESTUDIO Y DELIMITACIÓN DEL PROYECTO	35
3. LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA.....	40
3.1. Selección, identificación de la muestra y modo de realización.....	40
3.2. Plan de realización de la encuesta	40
4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTUDIOS.....	40
4.1. Análisis de las encuestas realizadas a las empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios	41
4.2. Análisis de las encuestas realizadas a las empresas que tienen contratado el servicio de Contabilidad/Asesoría.....	42
4.3. Aspectos a destacar respecto a las encuestas.	44
5. ENTREVISTA CON EMPRESARIO.....	47
6. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS	48
6.1. Localización de la información.....	48

6.2. Datos relevantes obtenidos.	48
6.3. Análisis del mercado	48
CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING, EL SERVICIO, LA PRODUCCIÓN, EL APROVISIONAMIENTO Y PRESUPUESTOS	51
1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	51
1.1 Servicio de Asesoría Fiscal/Contable.....	51
1.2. Servicio de informática.....	55
1.3. Servicio de ingeniería.....	57
2. PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	60
3. PLAN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	65
3.1. Programa de producción: volúmenes y fechas de producción	65
3.2. Necesidades de recursos para la producción	73
3.3. Inversiones necesarias en inmovilizado	73
3.4. Materiales para la producción.....	74
3.5. Suministros y servicios exteriores.	75
3.6. Mano de obra directa	76
4. PLAN DE APROVISIONAMIENTO	77
4.1. Proveedores seleccionados y criterios de selección utilizados	78
4.2. Gestión de las existencias.....	80
4.3. Planificación de pedidos.....	81
4.4. Tipo de control de inventario	81
5. PRESUPUESTO DE COSTES	81
CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING: DEFINICIÓN DEL MERCADO Y LA COMUNICACIÓN....	84
1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y DE LAS ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN	84
1.1. Mercado objetivo	84
1.2. Estrategias de comunicación.....	85
2. PLAN DE PUBLICIDAD.....	86
2.1. Objetivos	86
2.2. Destinatarios	87
2.3. Medios de comunicación en instrumentos.....	87

3.	PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS.....	89
3.1.	Objetivos.....	89
3.2.	Destinatarios.....	90
3.3.	Instrumentos.....	90
4.1.	Objetivo.....	91
4.2.	Destinatarios.....	91
4.3.	Instrumentos.....	91
CAPÍTULO VI. PLAN DE MARKETING: DEFINICIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS. ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS.....		97
1.	ORGANIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN.....	97
2.	POLÍTICA DE PRECIOS.....	98
2.1.	Método de fijación de precios.....	98
2.2.	Estrategias elegidas.....	98
2.3.	Lista de precios.....	99
3.	ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS.....	99
3.1.	Red de ventas.....	99
3.2.	Previsiones de ventas.....	100
4.	RECURSOS NECESARIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN Y LAS VENTAS.....	100
4.1.	Inversión en fijo.....	100
4.2.	Recursos humanos.....	100
4.3.	Suministros y servicios exteriores.....	101
5.	PRESUPUESTOS DE COSTES.....	102
CAPÍTULO VII IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y DE LOS PRODUCTOS. LA LOCALIZACIÓN Y LOS GASTOS GENERALES.....		103
1.	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.....	103
1.1	Criterios seguidos para su elección.....	103
1.2	Ventajas e incentivos que pueden obtenerse.....	105
2.	IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	108
2.1	Elección de la denominación de la empresa.....	108

2.2	Elección del logotipo, signos y símbolos representativos	109
2.3	Dibujo de los modelos del logotipo y símbolos representativos de la empresa.....	110
3.	IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	110
3.1	Establecimiento de marcas propias.....	110
3.2	Dibujo de los logotipos y símbolos representativos de las marcas	111
4.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	111
4.1	Necesidades de espacios, infraestructuras y ubicación.....	111
4.2	Localización de la empresa y régimen de utilización de los locales, terrenos o edificios ..	112
4.3	Planos de los locales, terrenos o edificios	112
5.	LA ADMINISTRACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	113
5.1	Organización de la administración: los administradores y el departamento administrativo	113
5.2	Organización de los servicios generales: limpieza, vigilancia, seguridad, etc.	114
5.3	Necesidades de recursos.....	114
6.	DETERMINACIÓN DE LOS COSTES	115
6.1	Gastos e impuestos inherentes a la constitución y al registro de la empresa	115
6.2	Cuadro de inversión y amortización del activo fijo	116
6.3	Gastos del personal de administración y servicios generales.....	118
6.4	Otros gastos generales	119
6.5	Cuadros-resumen de costes	119
CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES FINALES.....		120
1.	CONCLUSIONES TFC.....	120
2.	CONCLUSIONES GENERALES	120
3.	CONCLUSIONES RESPECTO A LAS MEJORAS	123
4.	CONCLUSIONES PARTICULARES.....	123
CAPÍTULO IX BIBLIOGRAFÍA		125

CAPÍTULO I PRESENTACIÓN DE LA IDEA, DELIMITACIÓN Y ELECCIÓN

1. PRESENTACIÓN DE LA ALUMNA PROMOTORA

La finalización de los estudios de Diplomado en D. Gestión y Administración Pública (GAP), con la realización del Trabajo Final de Carrera (TFC), permite la obtención de la titulación universitaria y justificar la formación interdisciplinaria recibida en la que se abren salidas profesionales que no se limitan a la Administración Pública, sino también a la realización de tareas de gestión y administración en la empresa privada.

Entre las posibilidades de empleo en la empresa privada resulta especialmente atractivo el papel que pueden desempeñar en Consultoras, Asesorías, empresas concesionarias de Servicios Públicos, empresas contratistas de la Administración, Fundaciones, ONGs y entidades que, en general, tengan un contacto continuo con las Administraciones Públicas.

Por ello, el objetivo en este TFC es la creación de una empresa destinada a proporcionar un gran abanico de servicios a las empresas (asesoría, consultoría empresarial, asesoría jurídica, informática y un servicio de ingeniería industrial).

2. ELECCIÓN DE LA IDEA ELEGIDA

El objetivo de este TFC es crear una empresa especializada en servicios integrados. La idea elegida surge después de realizar prácticas en la Consellería de Gobernación de Alicante, y constatar la falta de información de la que disponen muchos empresarios a la hora de tramitar la documentación en la administración y en el desconocimiento que, en muchos casos, se tiene sobre sus derechos o sus deberes.

El despacho de la empresa estará situado en un piso particular, ubicado en el centro de Valencia Capital, el cual sería adaptado para tal fin, gracias a su amplitud y buena situación, tanto el piso, tratándose de un primero, como la zona de la ciudad de Valencia, donde se encuentra. En el Capítulo VII se amplía dicha información. (Planos de los locales, terrenos o edificios. Localización de la empresa. Necesidades de espacios, infraestructuras y ubicación. Localización de la empresa y régimen de utilización de los locales, terrenos o edificios.)

La empresa especializada en servicios integrados

La Empresa se encargará de ofrecer diversos servicios, entre los cuales destaca el de Contabilidad dirigido a las Pymes (Micro y Mediana empresa), autónomos y creación de empresas, destacando nuestro valor añadido, el cual sería complementar servicios que actualmente las asesorías no incluyen, como:

- Servicios de asesoramiento y tramitación de documentación Administrativa:

- Emisión de proyectos técnicos preceptivos respecto al cumplimiento de las condiciones generales técnicas exigidas en las licencias de actividad.
- Tramitación de los expedientes de autorización de actividades extraordinarias, singulares o excepcionales, incluidas la de fin de año. Tramitación de solicitudes de documentación de los interesados, la comunicación de la resolución a los interesados respecto de los correspondientes organismos competentes.
- Tramitar los expedientes sancionadores por infracciones graves y/o muy graves, previstos en la Ley 4/2003, así como sobre espectáculos taurinos y festejos taurinos tradicionales (bous al carrer). Valoración de los recursos, dando asesoramiento jurídico.
- Tramitar los expedientes de reducción y ampliación de horarios.
- Tramitar los expedientes de autorización de sesiones para menores de edad o salas de juventud.
- Tramitar los expedientes de autorización para la celebración de pruebas deportivas, marchas, marchas ciclistas y otros eventos.
- Tramitar los expedientes para la expedición de carteles a que se refiere la Ley 4/2003.
- Tramitar la inscripción de las empresas y establecimientos destinados a la realización de espectáculos públicos y actividades recreativas, en el registro previsto en la Ley 4/2003.
- Tramitar la autorización de la compatibilidad de actividades en establecimientos públicos, elaboración de informes, así como en la realización de oficios.
- Estudio de las ayudas y subvenciones.
- Creación de nuevos proyectos empresariales.
 - Proyecto empresarial estudio y valoración
 - Asesoramiento en la orientación de métodos de búsqueda / información y puesta en marcha de nuevas empresas
 - Realización de estudios de mercado, informando a la futura empresa de sus posibilidades.
- Servicio de asesoramiento laboral:
 - Consultas verbales relacionadas con la empresa.
 - Altas y bajas de trabajadores en la Seguridad Social.
 - Confección de contratos y recibos para pago de salarios.

- Confección de finiquito por baja laboral.
 - Estudio y confección de boletines de cotización al Régimen General de la Seguridad Social (TC1, TC2, TC2/I Bonificaciones de las cuotas de la Seguridad Social).
 - Estudio y preparación de la documentación necesaria para solicitar la prestación por desempleo.
 - Retenciones e ingresos a cuenta trimestrales por rendimientos del trabajo y resumen anual (Mod.110, 190).
- Servicios Fiscales
- Servicios fiscales para trabajadores autónomos y personas físicas.
 - Confección de los pagos fraccionados del IRPF (Mod. 130,131).
 - Confección del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) (Mod. 300, 390, 310, 370, etc.)
 - Declaración Anual del Impuesto sobre Sociedades (Mod.201).
 - Pagos Fraccionados a cuenta del Impuesto sobre Sociedades (Mod.202).
 - Retenciones e Ingresos a Cuenta Trimestrales por rendimientos procedentes de arrendamientos urbanos y Resumen Anual de retenciones e Ingresos a Cuenta (Mod.115, 180).
 - Declaraciones-Liquidaciones trimestrales del IGIC y Resumen Anual del IGIC (Mod.420, 425).
 - Declaración Anual de Operaciones Mayores de 3.005,06 euros con terceras personas (Mod.347, 415).
 - Consultas y aclaración de aspectos fiscales y contables.
 - Representación ante inspecciones de la Delegación de Hacienda y Consejería de Economía.
 - Confección del Modelo 347 de proveedores y clientes de más de 3.005,06 euros, Modelo 390, Modelo 391, Modelo 037, Modelo 845, Intrastat (Mod. Y4, Y5, etc.).
 - Libros oficiales y fiscales de IRPF y de IVA.

- Servicio Contable
 - Teneduría de libros contables, preparación de cuentas, balances, informes financieros, etc., el asesoramiento contable para terceros y los servicios de asesoramiento fiscal y gestión para declaración de impuestos o gestión tributaria general. Los servicios (no jurídicos) de representación ante el fisco.
 - Los servicios de auditoría contable para terceros y de los censores jurados de cuentas (se excluye la actividad de los Tribunales de Cuentas o la que realizan las administraciones públicas para sus fines).
 - Mercantil: Las actividades de asesoramiento en estrategia empresarial (planificación estratégica, viabilidad, planificación de inversiones, etc.), en implantación de sistemas de gestión y en comercialización de servicios, valoración de bienes de empresa y grupos.
 - Ingeniería Industrial, Informática, Derecho y Proyecto empresarial
 - Ingeniería técnica industrial
 - Proyectos de actividades (licencia de apertura)
 - Proyectos eléctricos
 - Proyectos de energías alternativas
 - Certificados técnicos y peritajes
 - Fichas técnicas de vehículos
 - Delineación de planos
 - Tramitaciones, legalizaciones, asesoramiento técnico general.
 - Informática
 - Atención telefónica usuarios
 - Atención y asistencia a PYMES
 - Instalaciones de redes y telefonía
 - Aconsejar y Proveer a las empresas tanto de software, como de hardware y periféricos necesarios para las empresas, estudiando las necesidades de cada una.
 - Derecho
 - Asesoramiento en laboral y civil.
 - Defensa jurídica.
-

- Constitución de Sociedades (Certificación Negativa de Razón Social, tramitación ante Notario y Registro Mercantil de Escrituras de Constitución).
- Tramitación, publicación de anuncios en BOE, BORME, prensa nacional y regional.
- Análisis de riesgos.
- Información judicial.
- Confección del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
- Confección del Impuesto sobre Patrimonio.
- Requerimientos de la Agencia Tributaria.
- Inspecciones de Hacienda.

El derecho civil de la empresa es de gran importancia puesto que gracias al mismo se pueden celebrar contratos civiles, como por ejemplo el contrato de compraventa, arrendamiento, comodato, hospedaje, entre otros.

A continuación se presentan las ventajas/fortalezas y los inconvenientes/debilidades de la creación de la empresa. El objetivo es especificar las, los de la elección de la empresa. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar, o porque la actividad gusta de modo especial. En este estudio se define:

VENTAJAS / FORTALEZAS

Incremento de autónomos y Pymes

Valor añadido

Optimización tiempo desplazamiento

Todo profesional lo necesita

Proporcionamos ahorro a las empresas

INCONVENIENTES/DEBILIDADES

Hay mucho mercado y competencia

2.1 Objetivos que justifican su elección

El análisis sobre las últimas tendencias de la economía (*Outsourcing*), y el estudio realizado sobre el crecimiento en los dos últimos años del número de autónomos y Pymes, lleva a la conclusión de la posible viabilidad de este proyecto (*Anexo 6*), Gran parte de las empresas empiezan a desaparecer debido al empeoramiento de la situación economía actual, las que quedan son las más necesitadas, en un último intento de mantenerse a flote necesitan nuestros servicios en casi todos los sectores.

Se puede afirmar que la situación actual también ha provocado un aumento de contratos autónomos *freelance*, se evitan los contratos laborales, siendo. Los autónomos tendrán falta de información ante todo en la forma y modo de pago de los impuestos, y en sus derechos y obligaciones, a su vez las empresas tendrán la necesidad de encontrar información para este tipo de contrato, por todo ello es el tipo de empresa que se plantea puede encontrar su mercado.

2.2 Relación de asignaturas en las cuales se basa el proyecto

A continuación realizará un resumen de las asignaturas relacionadas en la realización del Trabajo Fin de Carrera:

- **Derecho Administrativo:**

El Derecho administrativo puede definirse como el conjunto de normas jurídicas que regula la organización, funcionamiento y atribuciones de la Administración pública en sus relaciones con los particulares y con otras Administraciones Públicas (personificadas en una diversidad de órganos).

Sin embargo, este concepto de Derecho administrativo, aunque intuitivo y aproximado, no responde exactamente a la realidad de los sistemas jurídico-administrativos vigentes y, en concreto, al español.

En nuestra empresa hemos de saber cómo aplicarlo ya que ni toda la actividad de la Administración está regulada por el Derecho Administrativo (La regulación de sus actividades puede venir ordenada por el Derecho Privado), ni sólo las Administraciones Públicas están reguladas por el Derecho Administrativo.

Por lo tanto lo aplicaremos en casi todo aquello relacionado con la Administración: En la solicitud de subvenciones y ayudas para nuestros clientes, estando en todo momento al día en lo relacionado con la Administración, así como en sus sanciones y correspondientes recursos en caso de necesidad.

Un ejemplo de todo ello es la falta de información de la que disponen los usuarios que se presentaban en la Consellería de Gobernación, durante los meses que estuve realizando las

prácticas, en los diferentes departamentos, tanto en la realización de proyectos para locales, como en el resto de departamentos.

- **Sociología:**

Hemos de aplicar la sociología, tanto en nuestra empresa como en las empresas a las que ofrecemos nuestros servicios, de esta forma podremos aconsejar a los clientes y ayudar en la toma de decisiones.

La sociología de la empresa estudia las relaciones humanas dentro de la misma con el objetivo de conocerlas íntegramente sin juzgarlas, captar la realidad, cómo piensan los miembros de la empresa, qué sienten, qué quieren y cómo actúan. En definitiva, cómo se estructura la vida social en esa comunidad humana, para evitar o resolver problemas dentro de ella.

La personalidad, el centro esencial de cuanto tenemos y somos, es diferente en cada persona y determina la forma en que nos relacionamos con nuestros semejantes, Por ello, el objetivo de la sociología de la empresa es conocer lo que los individuos son y pueden llegar a ser, procurando que todos los elementos sean aprovechados eficientemente, de tal forma que la empresa pueda ser el medio para lograr elevar los niveles de productividad y maximizar los rendimientos de los recursos.

El cómo funcione la empresa afectará a los inversionistas, a los directivos, a los trabajadores y a los consumidores. La esencia de la organización debe ser mantener el orden, el punto vital de toda comunidad humana pues de ello depende la estabilidad y el progreso social. Las relaciones informales muchas veces pueden afectar positiva o negativamente al funcionamiento de la empresa.

Las reglas de la organización adquieren sentido si la organización responde a un objetivo o finalidad perfectamente determinado, coincidiendo con los propósitos de la empresa o institución en la que la organización habrá de funcionar para orientar lo que deben ser las actividades individuales y de grupos según intereses y fines.

En toda organización existe una autoridad que coordina a la misma, esta autoridad es un instrumento de trabajo y consiste en la facultad de tomar decisiones, se ejerce de manera eficiente, con responsabilidad y con autoridad se logrará el orden y la justicia que debe ser la misión de la empresa.

La influencia del hombre sobre el puesto y su acoplamiento y puesto es precisamente el punto de partida, el embrión de la corriente de integración social de la empresa.

- **Economía Aplicada:**

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada. De ahí la importancia de la investigación previa a todo proyecto empresarial.

En la propuesta de este proyecto se tiene el propósito de resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser: recursos humanos, económicos, materiales y tecnológicos entre otros. En este TFC se realizará una sucesión de documentos formados por una serie de estudios que permiten al emprendedor y a los colaboradores que lo apoyan saber si la idea es viable.

Mediante los conocimientos adquiridos en economía se realiza el estudio de mercado correspondiente: El objetivo es estimar las ventas. Lo primero es definir el servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su unidad?, después se debe saber cuál es la demanda de este servicio, quién lo requiere y a cuanto se ofrece, o el área donde está el "mercado".

- **Economía Financiera y Contabilidad**

La Economía Financiera y Contabilidad son claves para el buen funcionamiento de la actividad económica, una razón por la que muchas empresas fracasan se encuentra en la mala gestión o incluso el fraude de sus sistemas contables. Cualquier empresa o negocio, incluso el más pequeño, requiere de una buena contabilidad.

Mediante la creación del sistema contable se realizara el análisis, para saber la situación económica y financiera de las unidades económicas y su evolución en el tiempo.

Tanto los clientes, empleados y proveedores están interesados en la información acerca de la continuidad de la empresa, especialmente cuando tienen compromisos a largo plazo o dependen comercialmente de ella. Necesitan disponer de información relevante y fiable acerca de la situación y evolución de la misma, es importante que nuestras cuentas sean fiables, para ofrecer un buen servicio a los clientes. La buena elaboración y comunicación de esta información va a ser posible gracias a la Contabilidad y sus métodos e instrumentos específicos.

La Contabilidad como se ha podido estudiar durante la carrera se adscribe al campo de la Economía. El profesor Cañibano (1997) indica que la Contabilidad se configura como un método de análisis de la realidad económica, llegando a definirla como “una ciencia de la naturaleza económica, cuyo objeto es el conocimiento pasado, presente y futuro de la realidad económica”.

Partiendo de estas bases y consideraciones, durante el desarrollo del TFC se tratará de ilustrar la evolución de la contabilidad de una empresa, desde sus inicios hasta las perspectivas que se

tienen de esta a largo plazo, teniendo en cuenta las características de los objetos material y formal, así como los fines atribuidos a esta disciplina.

- **Lenguajes y Sistemas Informáticos**

Mediante los conocimientos adquiridos podemos afirmar que un sistema de computadora tiene éxito si la organización obtiene beneficios reales con sus usos, que de otra manera no podrían ser alcanzados, debe para ello estar dentro de otro sistema global: los sistemas de computadora son incapaces de hacerlo por sí solos, hace falta alguien que los programe. El sistema global es el que rinde los beneficios, el sistema de computadora es la herramienta dentro de él donde volcaremos nuestros servicios, ofreciéndoles a las empresas unos servicios de instalación, configuración, organización de los equipos y asistencia.

Para que un sistema otorgue beneficios, es necesario que se persiga, consciente o inconscientemente, un objetivo. Obviamente, a los efectos de controlar la marcha del proyecto, es mejor que ese objetivo se explicita.

Si el objetivo explícito se puede cumplir sin que el sistema global sufra modificaciones, no se debe “empujar” la instalación de un sistema por computadora. Quizás el objetivo resulte poco rentable, pero de todos modos no hay tarea para sistemas. Si en cambio el sistema global debe ser cambiado o modificado, es el momento para preguntarse si una computadora puede ayudar, que sistema se requiere y de esta forma prestaremos nuestros servicios, aconsejando en todo momento lo más útil para los clientes.

Está claro, entonces, que los usuarios son los que fijan, de manera exclusiva y concluyente, las condiciones de éxito o fracaso del sistema informático: un sistema informático con objetivos claros, precisos y medibles será un éxito más allá de las falencias en que se incurra en su implementación, si esos objetivos son realmente beneficiosos para el área del usuario, y solo son alcanzables con el auxilio de un sistema informatizado.

- **Biblioteconomía y Documentación**

Hemos aprendido que toda organización recoge y analiza datos. Estos datos son de diferentes orígenes y responden a diferentes propósitos. Por ejemplo la contabilidad de una empresa resume, habitualmente, los datos referidos a las operaciones de la misma medidos en dinero corriente. Las empresas y las organizaciones en general suelen también almacenar información sobre sus productos, servicios, clientes, agentes, contratistas, proveedores o beneficiarios. Cada una de estas categorías conlleva información diferente.

Hay organizaciones que no se estructuran eficientemente para cumplir con sus objetivos. Un buen indicio del grado de madurez de una organización en su gestión administrativa es el manejo que realiza con los datos. Hemos podido estudiar y valorar que las organizaciones que llevan a la

práctica una reestructuración de sus sistemas administrativos en torno a sus objetivos de información, obtienen beneficios que las colocan delante de su competencia de manera decisiva, casi obligando a aquella a dejar el mercado. Con esto nos reafirmamos en la importancia de la administración inteligente, de los datos de una organización, aún en aquellos casos donde los objetivos sólo pueden medirse en el terreno económico de manera mediata, como en el caso de la administración.

Con los estudios e información de la que disponemos, podemos decir con certeza, que la administración de los datos de una organización, dado el valor que éstos tienen para la misma, deben estar en manos de una función especializada.

La utilidad de los datos de una empresa u organización, se materializa en la toma de decisiones correcta y oportuna, en base a los datos que conoce. Si éstos resultan poco seguros, imprecisos, inoportunos o simplemente están fuera del alcance del que tiene que tomar la decisión, el proceso de la misma resulta poco fiable, y la organización pierde confianza en el sistema gubernamental, se vuelve rígida y poco manejable y termina convirtiéndose en una burocracia.

El primer paso hacia los proyectos en las organizaciones es reconocer la necesidad de la existencia de una función de administración de datos en cada una de ellas. A partir de allí, el Sistema Informático es la aplicación de técnicas de producción de sistemas automatizados para el mantenimiento y la explotación de los datos como activo de la Organización, o sea los que ésta tiene y genera.

- **Organización de empresas**

La importancia de la Organización se basa en sus fundamentos básicos, que demuestran su importancia. Siendo la organización de carácter continuo, jamás se puede decir que ha terminado, dado que la empresa y sus recursos están sujetos a cambios constantes (expansión, contracción, nuevos servicios, etc.), lo que obviamente redundará en la necesidad de efectuar cambios.

- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.
- Evita la lentitud e ineficiencia de las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad.
- Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades.

Mediante la organización se establece la estructura y se coordinan los métodos gerenciales y empleando los recursos para alcanzar las metas. Mediante un grupo de personas se crea un sistema estructurado y en evolución cuyos esfuerzos coordinados tienen por objeto alcanzar

metas en la organización. Las empresas productoras y de servicios son organizaciones, las personas que supervisan las actividades de otras, son responsables de que las organizaciones alcancen estas metas, con sus administradores.

- **Estadística e Investigación Operativa**

Al igual que los procesos de negocios, las compañías deben identificar y llevar el seguimiento de los datos que tengan impacto en su negocio. Los parámetros de medida no son los mismos para todas las empresas por igual.

Resulta crítico identificar y medir los datos pertinentes a la empresa. Hay que saber distinguirlos y de esta forma diferenciar las necesidades para determinar la mejor forma de trabajo, distinguiendo entre las del promedio y las rezagadas, se incluyen parámetros de procesos y parámetros de calidad.

Adoptando una cultura de análisis estadístico y estableciendo los procesos de negocios en torno a ellos, se sacará el mayor incremento en el margen de ganancias. Mediante el uso de herramientas de análisis se nos alertará cuando los indicadores caigan o no alcancen ciertas expectativas, facilitando así la posibilidad de una acción inmediata.

El valor de los análisis no está sólo en la medida de la información, sino también en la capacidad para actuar de acuerdo a los resultados. Para esto, las empresas deberían destinar recursos a analizar esos datos, sus tendencias y resultados. Aunque el uso de las estadísticas está bastante extendido, todavía queda recorrido para adoptar una estrategia de análisis y lograr una ventaja competitiva para nuestro negocio. Aun así, sigue siendo clave destinar recursos económicos y humanos para que el plan funcione.

El verdadero valor del análisis está en la planificación. Un plan diseñado con esmero permitirá a tu empresa conocer el rendimiento y medir los efectos en las iniciativas de negocio. Servirá como patrón de medida del éxito del emprendimiento.

3. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD ELEGIDA. PRIMERAS HIPÓTESIS

3.1. Resumen de la actividad

La empresa se centrará principalmente en la elaboración de proyectos para creación de nuevas empresas, proporcionando toda la información necesaria para dicho desempeño, prestando servicios de Contabilidad, Fiscalidad, Recursos Humanos, Derecho Laboral y Dirección de Proyectos. A su vez se ofrecerá una amplia selección de servicios complementarios de Derecho, Informática e Ingeniería.

La empresa está situada, como ya se ha especificado anteriormente, en el centro de Valencia Capital, proporciona cercanía a los clientes, debido a que el mercado objetivo, se encuentra en Valencia.

3.2. Principales características de los servicios

- Delimitación del mercado objetivo

Se encuadra principalmente en el sector servicios dirigiéndose a autónomos, Pymes y futuras empresas, mayoritariamente a los primeros. Tras el estudio mencionado anteriormente se prevé que son éstos los que podrán aportar mayor beneficio. Se localizaron los servicios a realizar en las proximidades de la localidad y alrededores, donde se implantaría la empresa.

- Necesidades que cubren

Cubriría las necesidades contables, organización e inicio de la contabilidad, generando desde el asiento de apertura, hasta otros aspectos como toda la informatización de asientos contables, el asesoramiento contable en general, regularización y cierre de la contabilidad al término del período o ejercicio económico.

Cubriendo la necesidad fiscal de cumplimentar la totalidad de las obligaciones fiscales, el asesoramiento para afrontar todas las situaciones que tengan que ver con la gestión de obligaciones fiscales y tributarias (alta, baja, modificación de datos censales y del IAE, cumplimentación y presentación de declaraciones trimestrales y anuales), así como las posibles necesidades complementarias de cada cliente en el ámbito de la informática, ingeniería y derecho.

- Aspectos diferenciadores sobre la competencia: Novedades e innovaciones que incorporan

Trato personalizado, desplazamiento a sus oficinas para recogida de la documentación, presentación de toda la documentación en organismos públicos, interés por su conformidad, agenda personalizada, orientación de los medios de inversión, análisis del resultado contable ajustando gastos e ingresos para mejorar los resultados económicos, poner en conocimiento del cliente que disponemos de colaboradores de total confianza para solventar sus distintas necesidades.

Dada la complejidad del trámite de documentación, así como la falta de información de la que disponen generalmente muchas de las empresas, nos encargaremos de dichos trámites proporcionando la información necesaria a las empresas, respecto a cualquier trámite en la administración o en cualquier organismo público.

Al haber trabajado, en prácticas, el alumno promotor durante seis meses en la Consellería de Gobernación, ha podido observar directamente la falta de información de los usuarios, en la presentación de documentación, así como en la realización de la mayoría de trámites.

3.3. Inversión básica y posibles fuentes de financiación

Esta empresa tendría un capital inicial de 15.000€, de los cuales 8.000€ los aporta la alumna promotora como socia capitalista y 7.000€ los colaboradores, desembolsando el total al inicio de la actividad.

Como la empresa está en la etapa de iniciación, se considera que los primeros beneficios deberán ir destinados principalmente a cubrir costes e inversiones.

- Parte de los recursos también serán las subvenciones del IVAJ, ICO, etc.

Una vez la empresa esté más consolidada se designaría un 20% del total de los beneficios netos a las inversiones y reservas, el resto a repartir, en función de los resultados obtenidos.

BALANCE DE SITUACIÓN

<i>ACTIVO</i>		<i>PASIVO + NETO</i>	
<i>Activo fijo</i>		<i>Neto</i>	
200 Gtos. de Constitución	600 €	102 Capital social	15.000 €
agua			
electricidad			
teléfono			
trámites y gestiones de alta de empresa			
Inmov. Inmaterial	64 €		
215 Aplicaciones informáticas			
Inmov. Material	7.300 €		
226 Mobiliario			
227 Equipo Informático			
Activo Circulante			
300 Existencias	300 €		
572 Bancos	6.736 €		
Total activo.....	15.000 €	Total pasivo.....	15.000 €

Fuente: Elaboración propia

En los **Anexos** 1.1., 1.2. y 1.3., se han incluido las previsiones de Pérdidas y Ganancias, el Umbral de Rentabilidad, los Gastos, respectivamente, así como las Tarifas y Honorarios, de la futura empresa.

Para la realización de los anexos se ha tenido en cuenta el Plan General Contable, basándose en la contabilidad que es uno de los principales sistemas de información que reflejan el fruto de la toma de decisiones de los administradores, así como un excelente banco de datos para ayudar al futuro de las empresas.

Es importante reconocer la importancia del análisis de la información contable en la labor administrativa, como una herramienta necesaria para mantener un nivel competitivo, mediante los elementos de producción, financieros y comerciales.

Los conceptos que dicte el área financiera y de contabilidad dentro de una organización, influyen sustancialmente en sus decisiones administrativas. Una buena empresa sabe tomar la información contable y manejarla en beneficio propio.

Los estados financieros deben ser utilizados para determinar si se están llevando a cabo o no, los planes trazados. Permiten conocer la situación financiera de la organización, planear nuevos proyectos y realizar los cambios que tiendan a agilizar los distintos procesos por los que debe atravesar la empresa en el ciclo de sus actividades.

Por todo esto se hace necesario, mostrar la importancia de la contabilidad y del análisis e interpretación financiera, como uno de los principales instrumentos para la creación de esta empresa.

- TARIFA DE HONORARIOS:

Se establece una tarifa de Honorarios básica, que podrá modificarse en función de las particulares características de cada empresa.

Cliente pequeño incremento de un 5% y el mediano de un 12%

Estimación de los ingresos que nos aportarían nuestros colaboradores **Anexos** 1.4. y 1.5., donde se podrá ver, respectivamente, las tarifas y honorarios, así como la estimación de los ingresos de los colaboradores.

Ver documentación complementaria anexos: **Anexos** 1.6., 1.7. y 1.8. En dichos anexos podemos ver una descripción del *Outsourcing*, *el Retrato de las Pymes 2011* y una serie de notas de prensa.

CAPÍTULO II ANÁLISIS EXTERNO, DEL SECTOR Y COMPETENCIA

1. ANÁLISIS EXTERNO DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD

A continuación se realizará, un análisis externo de los factores que influyen en la actividad que se propone ejercer en este proyecto. En la tabla 2.1 se analizan las variables políticas, económicas y socioculturales y los factores climatológicos y tecnológicos del entorno. Se incluye la información asociada a este análisis en los **Anexos** 2.1., 2.2., 2.3., 2.4., 2.5. y 2.6., donde se podrá ver, respectivamente, la Contabilidad Regional de España (Base 2009), el P.I.B. a precios de mercado y sus componentes (oferta): Precios corrientes por comunidad autónoma, ramas de actividad, magnitud y periodo. Serie contable 2005-2009 y serie contable 2000-2009, según su orden en los anexos 2.1 y 2.2; El cálculo de variaciones del Índice de Precios de Consumo (sistema IPC base 2006); El Producto Interior Bruto; una nota metodológica y para finalizar el IPC: Índice de Consumo Amortizado.

En primer lugar se ha realizado una breve descripción de la influencia de las variables sobre el proyecto, de esta forma podremos calificarla como amenaza u oportunidad respecto a nuestra empresa y, según sea, se especifica la estrategia a seguir para potenciar las oportunidades o atenuar las amenazas.

La rápida evolución de los mercados exige el análisis permanente de los mismos, de cara a identificar y evaluar las oportunidades, y, es por ello, que es necesario establecer y utilizar un sistema de información fiable. La investigación de mercado es esencial, ya que para satisfacer a los clientes se deben conocer sus necesidades, deseos, localización, hábitos, etc.

El objetivo de este estudio es recoger información acerca del entorno relevante para la empresa. Asimismo, será necesario prestar atención para identificar y controlar a los competidores. La clave reside en desarrollar y mantener un buen y actualizado sistema de inteligencia competitiva, finalmente no hay que olvidar la valoración de amenazas y oportunidades planteadas por los cambios en los factores y actores del entorno.

Tabla 2.1 Análisis Externo

VARIABLES O FACTORES del entorno	Breve DESCRIPCIÓN de la influencia de las variables sobre el proyecto	Calificación como: AMENAZA / OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA a seguir para potenciar las oportunidades o atenuar la amenazas
1. Políticas	<p>Abaratamiento del despido Fuente: www.20minutos.es</p> <p>Software libre (Linux) Fuente: ww.rebellion.org</p> <p>Informe sobre la situación actual de la contabilidad en España y normas básicas para abordar su reforma "La contabilidad de las pequeñas empresas" Fuente: www.icac.es</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad: Menor coste para la empresa - Amenaza: Menor demanda de abogacía - Oportunidad: Importante ahorro, no tenemos que soportar el coste que suponen los programas y las licencias - Oportunidad: Siempre que se lleve a cabo convirtiéndose en norma - Amenaza: No obtiene importancia 	<ul style="list-style-type: none"> - Contratando más asalariados - Mayor tramitación de contratos - Utilizar dicho Software y ofrecerlo a nuestros clientes - Nos facilitará la labor, optimizando tiempos - Nos requerirá formación en las distintas áreas
2. Económicas	<p>La Comunitat Valenciana, a finales del pasado mes de abril, registró 1.358 trabajadores autónomos más, en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), que sitúa el número total de autónomos en la Comunitat, en 326.784, suponiendo un incremento medio diario, de 45 trabajadores por cuenta propia, según un informe elaborado por la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, para ATA Comunitat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad porque existe una gran posibilidad de captación y menos competencia - Oportunidad porque el sector terciario está formado mayoritariamente por Autónomos 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigimos principalmente nuestra publicidad hacia ellos - Dirigirnos también hacia este tipo de empresas

Fuente: Elaboración propia

VARIABLES O FACTORES del entorno	Breve DESCRIPCIÓN de la influencia de las variables sobre el proyecto	Calificación como: AMENAZA / OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA a seguir para potenciar las oportunidades o atenuar la amenazas
2. Económicas	Variación del Índice General Nacional según el sistema IPC Desde Septiembre de 2008 hasta Septiembre de 2011 Índice Porcentaje (%) Nacional 4,3 Fuente: www.ine.es	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad: Genera equilibrio económico - Oportunidad porque aumenta la renta per cápita y el consumidor podrá comprar más 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor empuje y seguridad (relativa) para seguir invirtiendo - Subiremos el porcentaje aplicado a la tarifa básica
3. Socioculturales	La incorporación de la mujer al mundo laboral y la intensidad del proceso de inmigración en la C.V. Han elevado la tasa de actividad hasta el 58,3%, superamos la media española con un 56,4% Fuente: Cámara Valencia	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad: la mayoría de los inmigrantes son autónomos 	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptar la publicidad a las mujeres ¿Eres o quieres ser empresaria?
4. Climatológicas	Los 518 Km., de la C.V., de Costa y el clima mediterráneo que disfruta (inviernos templados y secos y veranos calurosos) con más de 121 días de sol al año, ha permitido desarrollar una importante infraestructura Fuente: Cámara Valencia Inmejorable situación gracias a las infraestructuras de comunicación (aire, mar y tierra)	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad: mucha inmigración, turismo potencian la creación de empresas aumentando nuestra posibilidad de incrementando el número de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Captar la atención de las empresas creadas por este factor, mediante ofertas que puedan beneficiar tanto a ellos como a nosotros

Fuente: Elaboración propia

VARIABLES O FACTORES del entorno	Breve DESCRIPCIÓN de la influencia de las variables sobre el proyecto	Calificación como: AMENAZA / OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA a seguir para potenciar las oportunidades o atenuar la amenazas
5. Tecnológicas	<p>Más de 260 prestigiosas multinacionales extranjeras invierten su capital en la C.V. dirigiéndose principalmente hacia ramas de alto contenido tecnológico (automóviles, informática, etc...)</p> <p>Fuente: Cámara Valencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad: el producirse en Valencia abarata costes de adquisición de los productos por lo que las Pymes tendrán mayor margen de venta. - Amenaza: Monopolizar el mercado y encarecerlo 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar la mejora del clima económico que se genera y mayor volumen de actividad - Facilitar información a los clientes para superar dicha competencia
6. Jurídicas	<p>Real Decreto 1424/2002, 27 de Diciembre por el que se regula la comunicación del contenido de los contratos de trabajo y de sus copias básicas a los Servicios Públicos de Empleo y el uso de medios telemáticos</p> <p>Fuente: R.D. 1424/2002, 27 de diciembre.</p> <p>Calendario del contribuyente (Agencia Tributaria)</p> <p>Fuente: www.aeat.es</p> <p>Modificación Real Decreto 136/2000, de 4 de Febrero en materia de Reglamento General de la Inspección de los Tributos</p> <p>Fuente: www.aeat.es</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Amenaza: Los posibles clientes pueden realizar esta obligación ellos mismos sin necesidad de nuestros servicios - Oportunidad: Nos facilita la labor para cumplir en plazo con las obligaciones sobre impuestos - Oportunidad: Nos informa con exactitud de las materias a tener en regla 	<p>Atenuamos la amenaza ofreciendo paquetes de servicios indivisibles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sabiendo con exactitud los días de presentación podemos programar con anterioridad el trabajo para que no se acumule el último día, además, concienciaremos a nuestros clientes de la importancia de la presentación en fecha - Conociendo desde el inicio de la actividad las funciones de la inspección de Tributos, no tendremos duda de la documentación que tramitaremos meticulosamente para prevenir futuras sanciones

Fuente: Elaboración propia

2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPETENCIA

2.1. Análisis del sector; Identificación del sector, subsector, rama y actividad

La empresa pertenece al sector económico terciario, más conocido como sector servicios.

El CNAE o Código Nacional de Actividades Económicas, código de identificación comúnmente utilizado para España y la Unión Europea. Tiene correspondencia exacta con el código NACE europeo.

CNAE: 741 - Actividades jurídicas, de contabilidad, teneduría de libros, auditoría, asesoría fiscal, estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública.

Más concretamente: **74120** Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal

2.1.1. Tamaño y grado de concentración del sector

- Número total de empresas; En base a los datos del Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, el número de empresas españolas dedicadas a actividades administrativas y auxiliares de oficina era de 8.684 a finales del año 2010.
- En la Comunidad Valenciana, el número ascendía a 905 empresas, a finales del 2010, el 10,42% del total nacional. Las principales son cuatro como se puede ver en el anexo 2.8, así pues en el anexo 2.7 se puede ver la distribución de las empresas por tamaño y volumen de ventas.
- Número de empresas que componen la muestra: 8.684

Condiciones de acceso al sector a las nuevas empresas; **Anexo 2.9.** Se trata de un decálogo, donde se observan las condiciones de acceso al sector a las nuevas empresas.

Actualmente no existen normas legales / jurídicas que condicionen la apertura de nuevas empresas en este sector, a excepción de las gestorías, pero sí se considera un decálogo elaborado por la consultora PROFIT como relevante para tener éxito, ya que no hay acceso si no hay clientes.

2.1.2. Evolución del sector

- Evolución del número de empresas del sector en los últimos años. **Anexo 2.10.** En este anexo encontramos la evolución del número de empresas del sector en los últimos años

Ha habido un aumento considerable en el sector al que pertenece la empresa, siendo éste tanto de nuestra competencia como el de aquellos a los que nos dirigimos.

- Función del volumen de las empresas.

Si dentro del tejido empresarial español las PYMES tienen un papel predominante, éste es fundamental en el sector servicios donde las empresas pequeñas, suponen el 99%, facturan el 61% del volumen de negocio y dan empleo al 65% de los ocupados. Constituyen un sector muy atomizado, donde las grandes empresas 1% no alcanzan a generar la cuarta parte de la facturación total. Aun cuando en estos momentos de crisis no aumentan las empresas como deberían, es muy necesaria su buena organización, así como un asesoramiento adecuado para su administración.

Esta estructura se repite en mayor o menor medida en casi todas las actividades que componen el sector de los servicios, algunos servicios prestados a empresas (selección de personal, asesorías y servicios de consultorías) y las actividades relacionadas con las tecnologías de la información (telecomunicaciones, servicios informáticos y actividades audiovisuales), donde las grandes empresas, reducidas en número, generan la mayor parte de la cifra de negocios.

- Índices de crecimiento del sector

La cifra de negocios del sector servicios creció un 7,1% en junio respecto al mismo mes del año anterior, con lo que encadenó así su cuarto ascenso interanual consecutivo, según los datos provisionales publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). El repunte de junio es más de dos puntos superior al logrado en mayo, cuando la facturación del sector creció un 4,8%.

Pese al crecimiento de la facturación, el sector siguió destruyendo empleo. En junio el personal ocupado en los servicios descendió un 1,1% en relación a igual mes de 2009, caída que se ha moderado respecto a la de mayo (-1,3%) y que es la menos pronunciada desde septiembre de 2008 (-1,3%).

Todos los sectores experimentaron descensos en la ocupación, salvo las actividades administrativas y servicios auxiliares, que registraron un aumento interanual del 1,3%. El mayor descenso se registró en información y comunicaciones (-2,3%). Con los datos de junio, son ya 24 los meses consecutivos en los que el sector servicios destruye empleo en tasa interanual.

En los seis primeros meses del año, la facturación del sector servicios se ha incrementado una

media del 2,5% y el empleo ha caído un 2%. Ello demuestra la importancia que presenta la aplicación de buenos servicios a las empresas, presentándoles nuevas posibilidades respecto a sus trabajadores, en relación a la forma de economizar el capital de la empresa, dado que vivimos un momento de gran competencia. Siendo a su vez de gran relevancia la buena administración y creación desde un principio de las empresas mediante estudios y valoraciones del sector.

- Facturación del comercio

En junio, la facturación del comercio registró una variación interanual positiva del 9,4%, mientras que la de otros servicios avanzó 2,8%. Dentro del comercio, todos los sectores presentaron tasas interanuales positivas en el sexto mes del año. El crecimiento más acusado se registró en venta y reparación de vehículos y motocicletas (+23,4%), seguido del comercio al por mayor e intermediarios del comercio, con un repunte del 10,6%, y del comercio minorista, con un crecimiento del 3,1%.

En otros servicios, los sectores de transporte y almacenamiento y de actividades profesionales registraron tasas interanuales positivas, del 7,5% y del 6,8%, respectivamente. Entre los sectores que presentaron tasas negativas destacan información y comunicaciones (-1,2%), actividades administrativas (-0,8%), y hostelería (-0,3%).

Por actividades, dentro del comercio, los mayores incrementos fueron para la venta de vehículos, motocicletas y repuestos (+25,1%) y el comercio al por mayor de combustibles, metales y otros (+19,3%). Entre las actividades que presentan descensos, los más acusados los protagonizaron el comercio de materias primas agrarias y de animales vivos y el comercio mayorista no especializado, con caídas del 3,4% en ambos casos.

- Tipos de servicios que se fabrican o prestan

Se pueden estudiar, los servicios que prestan otras empresas, en este caso se trata de tres de las empresas más grandes del sector, al que pertenecerá DICOAP. **Anexo 2.11.** En dicho anexo podemos observar los servicios que prestan otras empresas

- Diferenciación de unos servicios de otros

Como se ha podido ver en el **Anexo 2.11.**, algunas empresas prestan servicios globales que ayudan a mejorar la gestión de las micropymes, pero otras se han especializado y prestan servicios concretos para apoyar a la mejora de un área determinada.

En el punto anterior, hemos observado algunos servicios que prestan diferentes empresas, como hemos podido ver las diferencias en el sector, cada empresa, tiene unas preferencias en el modo de trabajar y es de entender, que éstas busquen la forma de diferenciarse en el mercado, sobre todo las empresas grandes, ya que los recursos de las pequeñas son limitados y se dedican

especialmente al sector contable principalmente.

- Proveedores más importantes

Es muy importante que toda empresa posea una cuidadosa base de datos de todos sus proveedores. De esta forma, en cualquier momento la empresa tendrá disponible informes referentes a sus proveedores.

Concretamente DICOAP no necesitará los servicios de los proveedores más que en la fase de inicio. Con el transcurso del tiempo, sobre nuestra empresa, tan sólo existirá la necesidad de reponer el material, pero como hemos mencionado no son compras grandes.

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  www.elcompas.com |  www.imprentadyna4.es |
|  Dell, HP y Qtek |  Ofidirecta y Domus |

- Tipos de producción que utilizan generalmente

Al tratarse de un sector que no produce sino que se dedica a la prestación de servicios, se ha introducido el material necesario para ello:

Libros Principales: Llamados también mayores, y de acuerdo con las disposiciones legales, los comerciantes deben llevar los siguientes libros: Libro de Inventarios y Balances, Libro Diario, Libro Mayor y Balances;

Libros Auxiliares: Son los libros de contabilidad donde se registran de forma analítica y detallada los valores e información registrada en los libros principales.

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Subcuentas |  Auxiliar de vencimientos |
|  Auxiliar de compras y ventas | |

También existen otros libros que tienen el resto de la información financiera de la empresa, como el libro de actas y registro de socios, el libro fiscal, el registro de facturación etc.

- Sistemas Contables Computarizados:

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Software de Gestión. |  Software de Deusto. |
|  Contafac. |  Conta Sol 2005. |
|  Conta 3.0. | |

2.1.3. Posición comercial

- Distribución geográfica de las principales empresas

Tal y como podemos observar en los datos que mostramos, (**Anexos 2.12. y 2.13.** Donde se puede ver la Distribución Geográfica y un mapa de localización de las principales empresas),

en el tema de la distribución geográfica, las principales empresas se encuentran en Madrid, Cataluña y en la Comunidad Valenciana.

- Las formas de distribución de los servicios

Organizar las diferentes empresas del sector es complicado, teniendo en cuenta que cada empresa organiza la distribución, basándose principalmente, en las diversas demandas que ésta recibe por parte de sus clientes. Suelen especializar a los trabajadores en un sector específico, de forma que cada trabajador es una pieza más, son empresas grandes las que proceden de tal forma ya que a las de tamaño reducido no les es rentable.

- Tipo básico de competencia entre las empresas del sector

Si el nivel de competencia es muy alto, mayor será la dificultad de vender los servicios por parte de los empresarios. Una forma de superar esta barrera es trabajar la diferenciación y especialización, bien sea a través de elementos como imagen, una buena atención al cliente, u otros servicios orientados al cliente.

- Los precios de venta de los servicios

Es muy difícil llegar a saber los precios de los servicios, ya que no vendemos éstos sino unos servicios los cuales es complicado saber el precio a aplicar, ya que como comprenderán, el precio de cada servicio depende de a quien se le presta, su duración, su complejidad, nos llevará al cobro de un importe que puede variar desde una consulta de 15 minutos de 50 €, hasta un servicio complejo de preparación de la contabilidad de una empresa, la cual tenga una excesiva dejadez con toda la documentación, son muchos los servicios que están a nuestro alcance así como sus precios. Siempre nos podemos basar en los precios del colegio de gestores.

- Los tipos de clientes

Los tipos de clientes son pymes, autónomos y grandes empresas. Toda aquella empresa de cualquier tamaño a la que le sea necesario el servicio de gestoría, asesoría o cualquier servicio que presten las empresas de nuestro sector y le sea necesario. En el **Anexo 2.13**. Podemos ver los datos sobre exportaciones e importaciones del sector.

Así, las principales firmas españolas, de cara a hacer frente a la creciente competencia, o bien abren oficinas, o bien compran compañías ya establecidas en el extranjero, principalmente en Latinoamérica y Europa del Este. Destaca el caso de la empresa SOLUZIONA, que, además de contar con actividad en varios países de América, dispone de oficinas en Ucrania, Moldavia y Eslovaquia.

España es el séptimo mayor exportador mundial de servicios, con una exportación valorada en 122.000 millones de US\$ y una cuota de mercado mundial del 3,7%, según estimaciones.

Al mismo tiempo fue el décimo importador mundial con un 2,8% del total. Entre los importadores de servicios comerciales, EEUU lideró el ranking (con un 10,6% del total), seguido de Alemania (8,2%) y Reino Unido (5,1%). En el contexto de la Unión Europea UE27, España aporta un 8% de la exportación de servicios y un 9% del empleo total en ese sector, según la OMC.

2.1.4. Aspectos económicos

- Estructura de costes del sector y valores añadidos de los distintos servicios

La Renta *Per Cápita*, es la relación que hay entre el Producto Interno Bruto de un país y su cantidad de habitantes. Para conseguirlo, hay que dividir el PIB de un país entre la población de éste.

Existen diversas críticas al uso de este indicador como medida del bienestar social o de la calidad de vida de los habitantes de un país. Algunas de estas críticas son:

1. Ignora las desigualdades de la renta. Así, al dividir el total del PIB entre su número de habitantes, lo que hace es atribuir el mismo nivel de renta a todos, ignorando las diferencias económicas entre los habitantes. Para medir aproximadamente la distribución uniforme de la renta entre todos los individuos de un país determinado existen indicadores económicos alternativos como el coeficiente de *Gini* o el *índice de Atkinson*.
2. No contabiliza externalidades negativas. Cuando los recursos naturales de un país disminuyen, o se consumen excesivamente rápido o se produce polución, aparecen factores que hacen disminuir el bienestar social de un país, que no están contabilizados dentro del PIB.
3. No toda la producción incrementa el bienestar material. Cierta tipo de gastos contabilizados del PIB no tienen por objeto ser consumidos o aumentar las posibilidades de producción, sino que sólo tienen por objeto protegernos de externalidades negativas. Tal es el caso de los gastos militares o en seguridad.

Existen medidas alternativas de la Renta Nacional que contabilizan de alguna manera los factores englobados en las críticas 2 y 3, estos indicadores son: el índice de bienestar económico sostenible (IBES) y el Índice de progreso real (IPR), también conocido como índice de progreso genuino (IPG).

- Método de la oferta o del valor agregado

En términos generales, el valor agregado o valor añadido, es el valor de mercado del producto en cada etapa de su producción, menos el valor de mercado de los insumos utilizados para obtener dicho producto; es decir, que el PIB se cuantifica a través del aporte neto de cada sector de la economía.

Según el método del valor agregado, la suma de valor agregado en cada etapa de producción es igual al gasto en el bien final del proceso de producción. (**Anexo 2.14.** en este anexo podemos observar la Contabilidad Nacional Trimestral de España)

- Los salarios más habituales

Conocemos los mínimos establecidos por el Convenio Colectivo aplicable para nuestro sector que es el de Oficinas y Despachos, a partir del mismo se establecen los salarios para las distintas categorías que se clasifican por categorías profesionales o se engloban en grupos profesionales. (**Anexo 2.15.** en este se ven los sectores más productivos)

Hay que tener en cuenta para el establecimiento de los salarios en la competencia, diversos factores como pueden ser; la posición de la empresa en el mercado, la política retributiva del departamento de Recursos Humanos (Establecimiento de retribución variable en base a objetivos). El abanico salarial va desde 1.231,49 € para el Grupo 1, hasta 650,10 € para el grupo 6

2.1.5.Aspectos financieros

- La forma más usual de amortización del inmovilizado

Las amortizaciones tienen una importancia reducida en ambos subsectores, ya que la mayoría de los activos materiales de estos operadores son mobiliario de oficina, software y equipos informáticos. Además las instalaciones donde se ubican las oficinas, no suelen ser propiedad de las empresas, sino que se utilizan bajo régimen de arrendamiento. En los siguientes **Anexos 2.16.1 y 2.16.2** encontramos los sectores más productivos y la inversión media por empresa.

- Los márgenes de ventas que aplican

Las empresas analizadas establecen en su gran mayoría unas tarifas básicas para cada uno de sus productos, tarifas que se ven modificadas en función de factores como: **Anexo 2.17.** Donde encontraremos la media de rentabilidad de los fondos propios.

- Incremento IPC
- Tamaño, potencial, beneficios y fidelidad del cliente
- Antigüedad, forma y plazo de pago.

- El origen de los fondos invertidos en las empresas

Los fondos se pueden obtener por distintas vías: Recursos de los empresarios, socios, préstamos, créditos, subvenciones.

2.1.6. Posición internacional del sector

Por último, un factor relevante, tanto para auditoras como consultoras, es la presencia internacional, a través de la asociación con otras empresas presentes en estos territorios o bien con la afiliación a grupos internacionales, sobre todo en los casos de operadores de mediano y pequeño tamaño. **Anexo 2.18.** En este anexo podremos observar una comparación de los precios con el exterior.

- Comparación de servicios

La comparación en el ámbito Internacional no es muy amplia, ya que pertenecemos a un sector que no varía excesivamente de una Provincia a otra, incluso comparando con la Unión Europea es muy poca la diferencia. La mayor diferencia que encontramos es el tamaño de las empresas con las que competimos. De lo que hay que destacar, que las grandes suelen dirigirse a multinacionales y empresas con un gran capital, y no suelen captar clientes en el sector de las pequeñas empresas ni en el de los autónomos. En el siguiente **Anexo 2.19.** se puede ver el grado de investigación, desarrollo e innovación.

- Resultados generales resultados por sectores

Más del 80% de las empresas industriales de la provincia de Valencia ha llevado a cabo algún tipo de innovación en los dos últimos años. Sin embargo, sólo el 47% ha llevado innovaciones en más de un ámbito.

La inversión en servicios es el ámbito de innovación al que han optado en mayor medida la industria valenciana (55%), seguido de cerca por la inversión en la introducción de nuevas tecnologías o gestión de calidad.

- La innovación en la industria valenciana

Más del 80% de las empresas industriales de la provincia de Valencia han introducido algún tipo de innovación en los dos últimos años. Este dato es superior a la media española, en donde el 78,2% de las empresas del sector han realizado algún tipo de innovación. Sin embargo, sólo el 47% de la industria valenciana ha llevado a cabo innovaciones de más de un ámbito. Porcentaje que desciende hasta el 16,2% en los casos de haber realizado en los dos últimos años innovaciones en el proceso productivo o de prestación de servicios, en el producto (diversificación, mejor calidad, etc.) y en la gestión de la organización (recursos humanos, calificación, redes internas, etc.). En el conjunto de España estos dos últimos porcentajes son superiores. En el siguiente Anexo 2.20. Se puede observar la innovación en la Industria Valenciana.

- Tipos de innovación en la industria valenciana

Con el objetivo final de ser más competitivos en los mercados, el 80% de las empresas industriales de la provincia de Valencia han llevado a cabo en los dos últimos años un conjunto de inversiones en innovación, siendo adoptada en mayor medida (por el 54,5% de los encuestados) la dirigida a mejorar los servicios realizados por la empresa: mayor variedad (diversificación), mejora de calidad, utilización de nuevos materiales, etc. Un 46,1% han realizado mejoras en los procesos productivos que incluyen la introducción de nuevas tecnologías, o gestión de calidad, etc. Asimismo, un 36,6% han llevado a cabo mejoras en la gestión administrativa y de organización de la empresa. Porcentajes todos ellos inferiores a los resultados obtenidos para el conjunto de la industria española. De estos datos se puede concluir que un porcentaje elevado de las empresas industriales valencianas ha realizado procesos de innovación en los dos últimos años, pero éstas se han limitado a un solo aspecto en mayor medida que la media española, donde un mayor porcentaje han optado por invertir en diversos aspectos de la innovación. (**Anexo 2.21**. En este anexo se puede observar las empresas industriales de Valencia que han realizado procesos de innovación en los dos últimos años)

- Aspectos que impulsarían la innovación

El 58% de las empresas de la industria de la provincia de Valencia piensa que las mejoras fiscales pueden ser un aliciente a la hora de decidir emprender innovaciones. En segundo lugar, es destacada por el 45% de los encuestados las medidas dirigidas a fomentar las nuevas tecnologías. La formación de la mano de obra también es un aspecto importante, dado que la empresa podría acceder a tecnología más moderna.

Sin embargo, el porcentaje de empresas que así lo indican (34%) es claramente inferior a la media española (65%), a pesar de las ramas industriales de mayor peso son intensivas en mano de obra.

La mejora de la financiación para llevar a cabo algún tipo de innovación, la simplificación de los trámites administrativos que acompañan el inicio de mejoras en las empresas y la colaboración técnica con distintos organismos, son los aspectos menos significativos a la hora de decidir invertir en innovación, siendo bastante menos valorados que en la media española. En el **Anexo 2.22**. Podemos ver los aspectos que impulsarían la innovación.

2.2. Análisis de la competencia en las empresas del sector

A continuación se puede ver una tabla especificando el análisis competitivo, el cual es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo. Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello deberemos conocer o intuir lo antes posible:

- La naturaleza y el éxito de los cambios probables que pueda adoptar el competidor.
- La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos que otras empresas puedan iniciar.
- La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno que puedan ocurrir de los diversos competidores.

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. No es, por tanto, nuestro competidor aquel que ofrece un producto genérico como el nuestro, sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor.

2.3. Análisis de las fuerzas competitivas

Fuerza competitiva	Valor general fuerza competitiva	Descripción de elementos o factores de cada fuerza	Valor de cada uno de los factores
1. Rivalidad entre empresas	-4	1.- Mercado estancado: en general hay bastantes asesorías por lo que se espera bastante rivalidad.	-2
		2.- Dificultades para abandonar el sector: las dificultades para abandonar este sector no son importantes. Ya que las inversiones no son elevadas.	0
		3.- Dificultad para crear imagen: es complicado conseguir una buena imagen, no tenemos referencias en el sector y necesitamos un periodo de confianza para conseguirla, valoramos que la dificultad es alta.	-2
2. Poder de negociación con los clientes	4	1.- Importancia del cliente: nuestros clientes en particular tienen una gran importancia, en cuanto al volumen de servicios sobre el total.	0
		2.- Número de servicios: oferta de servicios muy amplia, por lo que la capacidad de negociación es muy positiva.	2
		3.- Integración de clientes: la buena negociación nos favorece puesto que nuestros clientes satisfechos comunican dicha satisfacción a otros empresarios, creando clientes potenciales. Muy buena.	2
3. Servicios sustitutivos.	3	1.- Servicios sustitutivos: la amplia variedad de personal cualificado en el mercado supone la fácil sustitución de servicios que podemos paliar con packs indivisibles. Valoración media.	1
		2.- Fidelidad a los servicios: podemos afirmar que muchas empresas son fieles a sus contables, teniendo en cuenta que los autónomos y las PYMES suelen ser empresas más familiares. Valoración muy buena.	2
4. Poder de negociación con los proveedores	4	1.- Posible sustitución de proveedores: existen numerosos proveedores de Software informático y material de oficina, nuestro poder de negociación es alto.	2
		2.- Dificultad de cambio de servicio: en esta situación habrá que tener en cuenta la constante actualización a las modificaciones normativas y tecnológicas.	0
		3.- Volúmenes de compra a los distintos proveedores: nuestra compra inicial es la más fuerte al contrario que el mantenimiento, supone un coste mínimo. Valoramos muy positivamente.	2
5. Nuevos competidores potenciales	0	1.- Barrera de capital: no es necesaria una inversión elevada, porque aunque hay peligro de entrada de nuevas empresas tenemos la ventaja del trato personalizado con el cliente.	1
		2.- Barrera legal: no existen normas jurídicas que dificulten la apertura de nuevas empresas de nuestras características.	-1
		3.- Lealtad a las marcas de la competencia: la lealtad puede presentar cierta dificultad, pero creemos que ésta no existe si el cliente no está contento, por lo que hay que estar siempre pendiente de los servicios que prestamos y conocer los puntos débiles de la competencia e intentar evitar factores negativos en nuestra empresa, de tal forma captaremos clientes no contentos.	0
Fuente: Elaboración propia		Total (valor absoluto)	7
		Total (%)	25%

CAPÍTULO III ESTUDIO Y DELIMITACIÓN DEL PROYECTO

En este capítulo se definirá el servicio que se va a ofrecer. Se describirán las características técnicas del producto, para todo ello debemos conocer su utilidad y cuáles son las cualidades específicas que lo diferencian de otros existentes en el mercado.

1. DELIMITACIÓN DE LAS HIPÓTESIS DE PARTIDA sobre la actividad empresarial para la realización del estudio

Este punto servirá para conocer la forma de crear el servicio, las fuentes para obtener los materiales necesarios para su puesta en marcha, teniendo en cuenta que existen normas legales en cuanto a marcas y nombres comerciales.

1.1. Servicios

Una vez se entiende el comportamiento de compra del mercado, respecto a las empresas que ofrecen un servicio similar al de este proyecto, se ha optado por establecer una posición competitiva que le confiera una ventaja frente al mercado existente en estos momentos, adaptándonos a las necesidades de ese mercado y de los clientes. Esta respuesta será de relevancia estratégica, sentando las bases para su crecimiento y desarrollo, el mercado meta presenta unos puntos significativos que se pueden ver especificados posteriormente.

Este apartado contiene una explicación detallada del concepto básico y de las características técnicas de los servicios. En la siguiente **Tabla 3.1.** se especifican nuestros servicios.

Tabla 3.1. Nuestros servicios

ASESORIA:
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>
(Hasta 100 Documentos/mes)
(Hasta 200 Documentos/mes)
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>
Servicios de Asesoría Judicial a Empresas (Autónomos y Sociedades)
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)
Paquete de Asesoría Laboral (De 4 a 5 Trabajadores)
Paquete de Asesoría Laboral (De 6 a 8 Trabajadores)
Paquete de Asesoría Laboral (De 9 a 11 Trabajadores)
Paquete de Asesoría Laboral (De 12 a 15 Trabajadores)
Paquete de Asesoría Laboral (De 16 a 20 Trabajadores)
Servicio de Asesoría Fiscal a Empresario Individual
Servicio de Asesoría Fiscal a Sociedades
Declaraciones por módulos (trimestral)
Declaraciones IRPF simplificada
Declaraciones periódicas de IVA
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)
Impuesto sobre sociedades
Compra libros contables (unidad)
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)
Exposición seguimiento contable

Fuente: Elaboración propia

Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes
Certificado INEM de periodos de inscripción
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos
Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos
Fe de vida laboral, certificado de cotización
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.

Servicios de los colaboradores:

SERVICIOS INFORMÁTICOS

Servicio Instalación y Formación
Servicio Configuración de Redes (Paquete Básico)
Servicio Configuración de Redes (Avanzado)
Nuevo PC
Servicio online + Asistencia Remota

SERVICIO DERECHO

Servicios de Asesoría Judicial a Empresas (Autónomos y Sociedades)

SERVICIOS INGENIERÍA

Proyecto para licencia actividad
Certificado final de obra
Proyecto eléctrico
Fichas técnicas de vehículos

1.2. Mercado meta

Uno de los aspectos más importantes en la elaboración del proyecto es el análisis del mercado, donde se va a ofrecer servicio, ya que el conocimiento adecuado del mismo permite evaluar las posibilidades de éxito de la empresa. Se tendrá que analizar a los potenciales clientes y conocer sus motivaciones (demanda de mercado); se estudiará qué parte de esa demanda está ya cubierta por las empresas existentes y quienes van a ser los competidores (oferta del mercado).

Desde el punto de vista de la demanda, es necesario cuantificar el volumen del mercado, conocer su evolución en los últimos años y las previsiones futuras, su tendencia general.

Desde el punto de vista de la oferta, habrá que tener en cuenta el grado de concentración existente en el mercado, los canales de distribución utilizados, el ritmo de cambio tecnológico, la existencia de servicios sustitutivos y la posibilidad de aparición de otros nuevos.

Es importante identificar a los principales competidores, sobre todo a aquellos instalados en la zona de influencia de nuestra futura empresa, conocer sus cifras de ventas, su forma de actuar frente a los clientes, las características de sus servicios. Para obtener esta información se ha realizado un estudio de mercado.

- El mercado meta es: Autónomos, Microempresas, Pequeña y Mediana empresa.
 - o *Autónomo*: Persona, empresario, profesional o artista, que realiza la ordenación por cuenta propia de los medios de producción y de recursos humanos, o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios, que en cuanto titular de una actividad económica está obligado a darse de alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social o en uno de los regímenes alternativos de la misma.
 - o *Microempresa*: Aquella que tienen menos de 10 trabajadores y un límite de 2 millones de euros para el volumen de negocios.
 - o *Pequeña empresa*: Aquella que tienen entre 10 y 49 trabajadores y un límite de 10 millones de euros para el volumen de negocios.
 - o *Mediana empresa*: Aquella que tienen entre 50 y 249 trabajadores y un límite de 50 millones de euros para el volumen de negocios.

2. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE ENCUESTAS

Tras la definición de los negocios a los que se quiere dirigir, hay que conocer las opiniones y posibles beneficios a ofrecer a los mercados seleccionados y la tecnología para hacérselos llegar.

De los cambios y mejoras mediante los que se quiere llegar a las empresas, las mejoras y la tecnología informática son las más dinámicas, la actividad de desarrollo de servicios es permanente y doblemente arriesgada, ya que tan crítico puede ser no desarrollarlos como fracasar en su introducción.

Reconocer que los servicios evolucionan a través del tiempo lleva a la empresa a actuar pro activamente, para provocar una serie de cambios de mejora ante el mercado, como la empresa que proponemos DICOAP con sus innovaciones y las mejoras en los servicios.

Se debe entender que un servicio se considera nuevo cuando el consumidor o usuario lo considera nuevo, no cuando es nuevo para la empresa que lo ofrece, por lo que el proceso de desarrollo de nuevos servicios puede ser continuo o discontinuo, para poder saber las necesidades de las empresas, así como las mejoras que precisan, todo ello lo sabremos mediante el estudio de mercado y las encuestas que se realizan a las empresas. A continuación podemos ver cada uno de los pasos que se han seguido en la realización de dicho estudio.

2.1. Delimitación de objetivos a cubrir con la encuesta

Las encuestas se aplican a una muestra representativa de la población y posteriores se trasladan los resultados al conjunto de la población. Para poder llevar a cabo este proceso es necesario apoyarse en las estadísticas que nos proporciona los distintos medios, para que, una vez obtenidos los resultados de la muestra, podamos estimar parámetros o valores de la población con un cierto margen de error y unos niveles de confianza o probabilidad determinados. Los pasos que siguen en la realización de una encuesta, con la finalidad de dar una panorámica general son:

- Detectar las necesidades no cubiertas en la realización de actividades contables, para captar clientes, aprovechando el hueco existente entre la Oferta y la Demanda generado por la “demanda no satisfecha”
- Conocer la opinión de profesionales sobre la externalización del servicio.
- Conocer el grado de satisfacción en sus relaciones con la empresa que les presta el servicio.
- Obtener información sobre la cantidad de veces que se les visita, se expone el proceso y se les recoge la documentación
- Validar la calidad del servicio ofrecido, y de las personas que lo ofrecen, la competencia y las perspectivas de demanda de este tipo de servicios

2.2. Explicación de la estructura del cuestionario

- Enuestas a realizar:
 - a. Las necesidades de las empresas pueden ser distintas, por lo que se deben elaborar distintos tipos de encuestas: una enfocada a las empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios, y otra para las que ya tienen externalizado el servicio, a través de Gestorías, Asesorías y Consultorías.
 - b. Además, se realiza una entrevista a un empresario de la competencia, con la finalidad de conocer con más detalle la actuación detallada de la misma.

El cuestionario se redactará de forma clara y concisa, dando en todo momento un tratamiento serio y formal al encuestado. Las primeras preguntas serán de identificación del entrevistado y tiempo en el mercado de la empresa en cuestión, para pasar directamente a la obtención de la información objeto de la misma. Se utilizan preguntas abiertas/cerradas, dicotómicas, de valoración, filtro y de control.

2.3. Pruebas preliminares del cuestionario

Se realizarán más pruebas preliminares para testar el cuestionario y poder corregir los errores o carencias de la misma. De hecho tras iniciar las encuestas, se observa que sería conveniente incluir preguntas o aclaraciones que ayudaran a valorar o conseguir una información más exacta e importante para ajustar más el resultado.

A partir de ahí se incluyen las siguientes cuestiones:

- *Nombre de la empresa:* En un principio se decide no incluirlo por que atenta a la intimidad, pero ayuda a crear un índice para la empresa; el cual nos proporcionara la identificación de la empresa y el entrevistado.
- *Número de empleados:* Ayudar a ajustar la clasificación de los posibles clientes.
- *¿Cuánto más tiempo hace que les prestan el servicio?* Permite conocer en qué momento se encuentra la relación entre la empresa cliente y la empresa servicio.
- *¿Cómo contactó con ellos o ellos con Ud/s?* Facilita el conocimiento de otras vías de captación de clientes, o al menos la más asidua
- *Observaciones:* Se incluye este apartado al final de cada una de las encuestas para anotar cualquier dato que no se haya registrado durante la realización de las mismas.

2.4. Cuadernillo del cuestionario

Del diseño del cuestionario, dependerá en buena medida la calidad de los resultados finalmente obtenidos. No sólo es imprescindible definir bien qué preguntas efectuar y qué mediciones registrar, sino también cómo plantearlas, cómo clasificar las respuestas y en qué lugar del cuaderno ubicarlas. En el **Anexo 3.2** se ha incluido el cuestionario.

Las preguntas de los cuestionarios están organizadas siguiendo el orden siguiente:

- Identificación del entrevistado
- Tiempo de la empresa en el mercado en cuestión
- Empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios

- Empresas que tienen contratado el servicio, externalizado

3. LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

3.1. Selección, identificación de la muestra y modo de realización

Se realizara la encuesta a los autónomos, microempresas y pequeñas-empresas, las encuestas se realizan tanto por teléfono como personalmente siendo, esta última prioritaria a la anterior. En la personal hay un mayor control sobre el entrevistado, además de conseguir información a través de la observación y a su vez creando un clima de proximidad el entrevistado puede ser más sincero y explicar con más detalle los distintos temas tratados. Es importante tener en cuenta que la entrevista personal se realizara mediante cita previa, cuando no le suponga molestia al entrevistado.

3.2. Plan de realización de la encuesta

Plan inicial de organización:

- Semana del 19 al 23 de Septiembre, realización de entrevista personal a la competencia, búsqueda de direcciones y teléfonos de empresas por distintos medios.
- Semana del 26 al 30 de Septiembre, se prevé la realización de encuestas telefónicas y personales.
- Día 3 de Octubre, planificación barrido zona centro de Valencia.

Se realizaron algunas encuestas telefónicas a lo largo de la semana del 26 al 30 de septiembre y personalmente se salió el lunes día 3 de octubre por la zona centro de Valencia en la franja horaria de 10 a 14 h.

La gente es muy reacia a las encuestas, en el momento en el que se les comunica la intención de realizarla; También se encuentra con el problema de que las medianas empresas ya no tienen el domicilio. Las encuestas realizadas a Medianas empresas han sido a través de contactos personales.

4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTUDIOS

Los datos obtenidos tras la realización de las encuestas se pueden ver en el **Anexo 3.3**. Así como los datos obtenidos tras la entrevista personal realizada a un empresario, se van analizando más adelante como podremos observar. Se han entrevistado un total de 39 empresas, que veremos analizadas en los siguientes puntos.

4.1. Análisis de las encuestas realizadas a las empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios

Las encuestas efectuadas a empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios, Son un total de 17, las cuales se distribuyen en 5 autónomos, 11 microempresas y 1 empresa mediana. A continuación se analizan las respuestas que se han hecho y recibido durante las encuestas.

Se han entrevistado a un total de 4 empresarios con una edad comprendida entre los 24 y los 35 años, 6 empresarios con edades entre los 36 y los 45, y 7 empresarios con edades superiores a los 45 años.

De las empresas encuestadas hay 9 con un tiempo de creación entre 1 y 10 años, 2 se encuentran entre los 11 y los 20 años, 1 empresa que está entre los 21 y los 40 años y finalmente hay 6 empresas que tienen más de 40 años.

Respecto a la pregunta planteada para saber si ocupan mucho tiempo realizando el trabajo Contable/Administrativo, 11 opinan que si, 6 opinan que no.

Con la pregunta relativa así externalizarían los servicios de Contabilidad/Administración, hay 10 empresas dispuestas a externalizar y 7 no lo están. De estos resultados se resuelve como se podrá observar en la **Tabla 3.1** que el 51% estaría dispuesto a externalizar, mientras que el 49% no están dispuestos.

En relación con la cuestión anterior, las empresas que han elegido que si externalizarían:

- Se propone una duda referente a quién contratarían, 8 contratarían a conocidos y 2 estudiarían el mercado. En este punto hay que destacar la importancia de promocionarse, y de hacerse conocer, destacando el interés del boca a boca.
- La pregunta referente a si tendrían confianza en la empresa que llevará la Contabilidad/Administración de la empresa, 7 empresas opinan que si, mientras que las 3 restantes opinan que no.
- También se pregunta si habría desconfianza por la salida de documentación de la empresa, 6 empresas opinan que si les provoca desconfianza, mientras que 4 opinan que no.
- La siguiente pregunta hace referencia a la anterior, en esta se quiere hacer saber el grado de desconfianza, que proporciona la salida de documentación; 2 empresas opinan que poca, otras 2 opinan que media, y finalmente 2 opinan que mucha desconfianza. Hay que destacar la importancia que tiene proporcionar confianza a las empresas.

La pregunta que hace referencia al interés en otros servicios a parte del de Contabilidad/Administración, como los de Ing. Industrial, Abogacía e Informática, 13 empresas si estarían interesados en dichos servicios, mientras que 4 no. Se demuestra por tanto con el resultado la gran aceptación que tiene esta implantación de servicios complementarios.

- De la pregunta anterior, consultamos si alguno de los empresarios tiene cubiertos dichos servicios, 4 responden que sí, mientras que 13 no los tienen cubiertos. A parte de la gran aceptación que tiene esta propuesta se revela, que son servicios de los que no disponen las empresas.
- De los servicios que tienen cubiertos las 4 empresas anteriores; 2 tienen el servicio de Ing. Industrial, las 4 tienen el de Abogacía y el de informática cubiertos. En esta cuestión se revela que aun teniendo cubiertos algunos servicios, ninguna de las 4 empresas tienen cubiertos los tres servicios complementarios propuestos.

4.2. Análisis de las encuestas realizadas a las empresas que tienen contratado el servicio de Contabilidad/Asesoría.

Las encuestas efectuadas a empresas que tienen contratado el servicio de Contabilidad/Asesoría, han sido respondidas por un total de 23 empresas, dichas empresas se encuentran divididas en 3 autónomos, 15 microempresas, 2 pequeñas empresas y 3 empresas medianas.

Se han entrevistado a un total de 4 empresarios con una edad comprendida entre los 24 y los 35 años, 10 empresarios con edades entre los 36 y los 45, y 8 empresarios con edades superiores a los 45 años.

De las empresas encuestadas hay 11 con un tiempo de creación entre 1 y 10 años, 3 se encuentran entre los 11 y los 20 años, 3 empresa que está entre los 21 y los 40 años y finalmente hay 5 empresas que tienen más de 40 años.

Las empresas a las que les prestan el servicio de Contabilidad/Asesoría, están divididas; a 15 empresas hace entre 1 y 10 años que se les proporciona el servicio, 3 hace entre 11 y 20 años, 1 hace entre 21 y 40 años y a 2 hace más de 40 años.

Respecto a cómo contactó con las empresas que le prestan el servicio; 7 contactaron mediante publicidad, 14 lo hicieron mediante conocidos y finalmente 1 lo tiene contratado con un familiar. De esta forma se demuestra la importancia de la publicidad que hay que realizar para darse a conocer.

En relación a si confía en la empresa que le presta el servicio; 16 empresas opinan que sí, mientras que 6 no tienen confianza en estos.

- La pregunta anterior, nos hacer referencia al grado de confianza de cada empresario de los cuales; 12 tienen mucha confianza en las empresas que le prestan el servicio, 7 tienen una confianza media, 2 tienen poca confianza y 4 no les tienen nada de confianza.

Refiriéndose a la pregunta si mejorarían algo del trabajo que le realizan, de las empresas a las que se les presta el servicio; 2 opinan que se debería mejorar en mucho, 12 opinan que debería mejorar algo y 8 no deben mejorar en nada.

En consonancia con la pregunta si han tenido alguna vez problemas con la documentación de sus cuentas, las respuestas fueron; 4 alguna vez, 4 casi nunca y 14 no han tenido nunca, algún problema.

Acerca de la pregunta si ha tenido algún detalle con los clientes, las respuestas han sido; 1 empresa ha tenido muchos, 9 empresas en alguna ocasión y 13 empresas no han tenido nunca un detalle. Una de las propuestas que se plantean es tener detalles con las empresas, en fechas determinadas, como las fiestas nacionales.

Mediante la pregunta si la empresa de servicios visita al cliente con asiduidad, las respuestas han sido; 11 opinan que si, mientras que 11 opinan que no. Señalar aquí el valor de ir a la empresa y preocuparse por la situación de esta.

- En referencia a la pregunta anterior Con qué frecuencia visita la empresa de servicios; 4 empresas 1 vez por semana, 1 empresa 2 veces por semana, 6 empresas 1 vez al mes, 2 empresas 2 veces al mes y 10 empresas no son visitadas nunca. El 46% de las empresas no reciben la visita de la empresa de servicios, por lo que hay que valorar la importancia de este acercamiento a los clientes.

Acerca de la pregunta referida a cada cuanto recogen la documentación, las respuestas han sido las siguientes; 2 empresas 1 vez a la semana, 7 empresas 1 vez al mes, 2 empresas 2 veces al mes, 2 empresas semestralmente y 9 empresas la llevan ellas mismas. El 40% de las empresas no reciben el servicio de recogida de documentación, siendo este de gran importancia a nuestro parecer.

Con respecto a si se les realizan análisis financieros, a 8 empresas si se les realiza, mientras que a 14 no. Hay que destacar que mediante el análisis financiero, el cliente sabe en qué situación se encuentran sus cuentas, así como si es necesario algún cambio de mejora.

- En relación con la asiduidad de los análisis financieros, de las 8 empresas a las que se les realizan; a 4 empresas se les realiza cada 6 meses y a las otras 4 empresas se les realiza 1 vez al año.

Sobre donde realizan la contabilidad las empresas de servicios, 1 empresa realiza la contabilidad en la misma empresa, mientras que las 21 restantes la realizan en sus oficinas.

Acerca de si saben dónde está la documentación en todo momento; 16 empresas responden que sí y 6 responden que no.

- A la pregunta anterior, respecto a si le ha supuesto algún problema alguna vez no saber dónde se encontraba la documentación, 1 empresa responde que si mientras el resto responde que no.

Se plantea a las empresas que califiquen servicios de Contabilidad/Asesoría que se les presta, de forma que; 2 empresas opinan que son excelentes, 2 opinan que son muy buenos, 10 empresas opinan que son buenos, 7 opinan que son regulares y finalmente 1 empresa opina que sus servicios son malos. A ese 31% que opinan que su servicio es regular, es hacia los que hay que dirigir la mayor parte de los esfuerzos de captación.

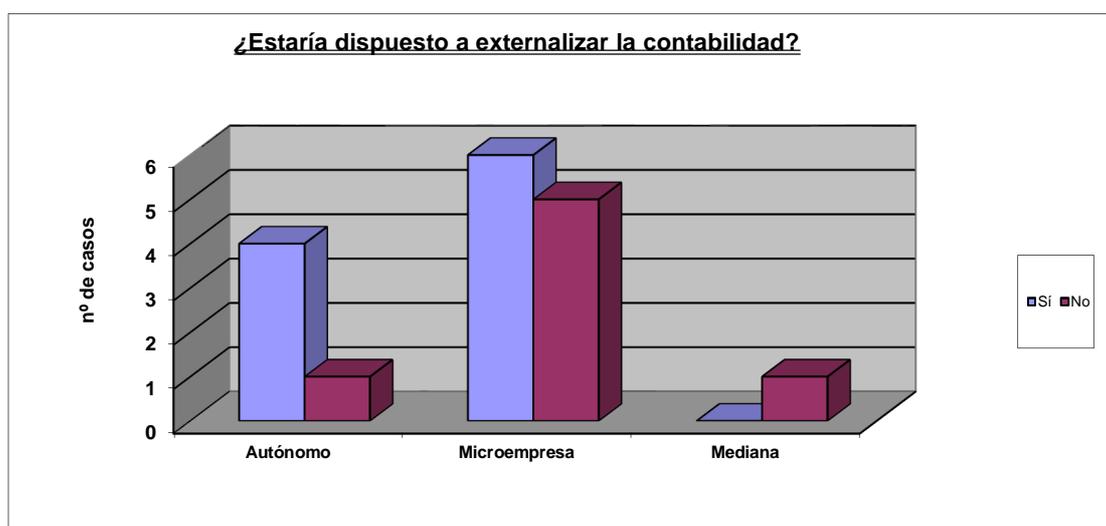
En lo tocante a la cantidad que se les paga a las empresas de servicios, las opiniones son las siguientes; 9 piensan que se les paga mucho, 12 piensan que según mercado y 1 piensa que se le paga poco.

Finalmente en relación a si han pensado en contratar otro contable; 9 dicen que sí y 13 dicen que no.

4.3. Aspectos a destacar respecto a las encuestas.

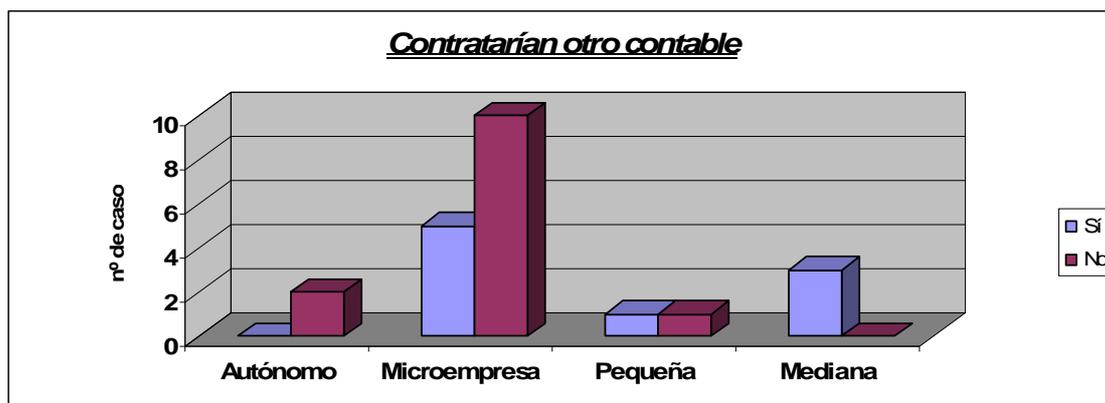
Se han querido destacar dos preguntas en especial, la pregunta que se realiza a las empresas que realizan su propia contabilidad, se trata de la disposición a externalizar la contabilidad y la otra se refiere a la disposición de contratar otra empresa para el servicio de Contabilidad/Asesoría.

Gráfico 3.1 disposición a la externalización



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.2. Resultados de las encuestas.



Fuente: Elaboración propia

Se han elegido estas gráficas, entre las realizadas en el cuestionario, al considerar que las respuestas, son de crucial importancia para captar posibles clientes, pues de ellas se entienden que aunque los empresarios llevan su propia contabilidad o tienen contratado el servicio, a otra empresa, sí estarían dispuestos a contratar una empresa externa o a cambiar de empresa, dando viabilidad a este proyecto.

Mediante pequeños cambios se puede mejorar la empresa que se propone en este proyecto. Por eso se presentan algunas pequeñas innovaciones que se pueden llevar a cabo sin verse en la necesidad de realizar una inversión mayúscula. Para esta innovación se han planteado una serie de mejoras, las cuales gracias a las encuestas, se puede observar que dichas propuestas podrían tener buena aceptación. A continuación se presentan algunas de las mejoras a las que se hace referencia en los cuestionarios:

- Introducir en la empresa los servicios de Ing. Industrial, Abogacía e Informática, aparte del de Contabilidad/Asesoría.
- Una de las propuestas que se plantea es tener detalles con los clientes, en fechas determinadas y en las fiestas oficiales.
- Las visitas al cliente con asiduidad, es algo que se tiene también muy en cuenta para hacer, ya que es trascendental que la empresa se sienta importante y una forma de conseguir, que se sienta de esta forma, es mediante las visitas asiduas.
- La recogida de documentación, el 40% de las empresas no reciben el servicio de recogida de documentación, y es este de gran importancia, siempre teniendo en cuenta la necesidad de cada empresa.
- Los análisis financieros, hay que destacar la importancia de estos, ya que es mediante

dichos análisis que la empresa tiene conocimiento de la situación en la que se encuentra, se ha de tener en cuenta que dependiendo del tipo de empresa, necesitarán más o menos de estos servicios.

- Donde se realiza la contabilidad, normalmente la contabilidad se realizará en las instalaciones de la empresa contratada, pero siempre queda la opción, si le es de necesidad a la empresa, el prestar el servicio contable en la misma empresa, siempre por una motivación y normalmente a través de un posible incremento económico.
- La recogida de la documentación, tendrá un trato importante, si esta no es realizada por la alumna promotora, se le mandaría un mensaje o correo al cliente en el momento de la recepción, para tranquilidad de este, para que sepan los clientes en todo momento donde se encuentra esta.
- La cantidad que se cobra por los servicios prestados, se intentará en todo momento que los costes que provocamos sean competitivos.
- La buena publicidad, es de gran importancia y hemos de tener en cuenta en todo momento, las novedades que aparezcan, hay que dejarle al cliente siempre algo de publicidad ya que de ellos depende parte del boca a boca.

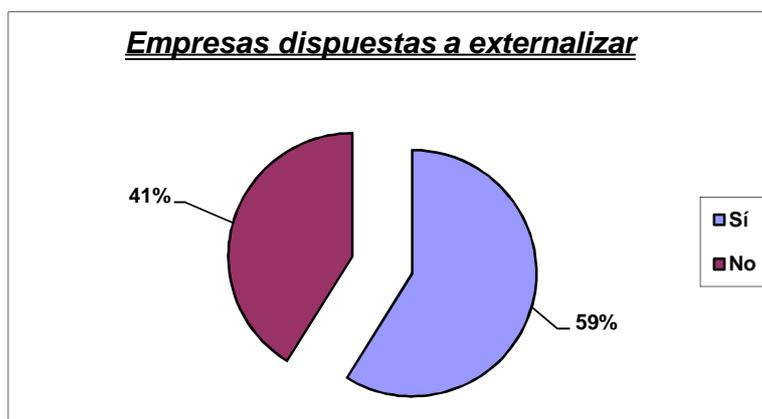
En la **Tabla 3.1** se ha realizado el cálculo del porcentaje de empresas dispuestas a externalizar su servicio de gestoría, se observa que un 59% de las empresas desearían externalizar el servicio, en cambio un 41% está en contra de dicha externalización.

Tabla 3.1. Cálculo porcentaje empresas dispuestas a externalizar

x_i	N_i	%
Sí	10	59
No	7	41
	17	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3.3. Empresas dispuestas a externalizar



Fuente: Elaboración propia

Al analizar las encuestas realizadas a las empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios: lo más significativo observado es la preferencia de ocupar su tiempo libre en la realización de su propia contabilidad, por no externalizar la operativa a causa del coste que les supondría. Algunos de ellos estarían dispuestos a externalizar, pero siempre que fuese viable económicamente y una persona de su confianza.

De las encuestas a empresas que tienen externalizado el servicio contable: lo más significativo es la fidelidad, aunque en la mayoría de los casos hay infinidad de quejas por la carencia en las prestaciones recibidas, como:

- Recogida de documentación.
- Falta de atención personalizada.
- Análisis financiero.
- Algún tipo de detalle, hacia los clientes.
- Asesoramiento en el sector inversión.
- Implicación.

Se cree que dicha fidelidad es debida a causas como: confidencialidad, rutina, hábito, acomodación, seguridad, estabilidad. En definitiva, miedo al cambio y a evitar las típicas preocupaciones que se dan al principio de toda relación laboral nueva.

5. ENTREVISTA CON EMPRESARIO

La elección de la persona a entrevistar por ser a un empresario con los servicios de gestoría y contabilidad externalizados, a sido al azar. Ello nos va a permitir analizar con más detenimiento desde las acciones que le agradan de la empresa externalizada hasta como aquellas que le

perjudican. La entrevista completa se incluye en el **Anexo 3.1**

De ella se concluye que es difícil conseguir que el cliente confíe en otra empresa y se decida dar el paso de contratar a alguien externo a la empresa para llevar su contabilidad, pero una vez dado ese paso, se crea una relación satisfactoria entre cliente y gestor.

6. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS

A continuación se detallan las fuentes secundarias que se han utilizado para la realización de las anteriores investigaciones. Dichas fuentes son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad.

6.1. Localización de la información

Las fuentes de información secundarias que se han utilizado son:

- Estadística municipal: www.valencia.es
- Seguridad Social: www.seg-social.es
- Instituto Nacional de Estadística: INE notas de prensa
- Ministerio de trabajo y asuntos sociales: www.mtas.es

6.2. Datos relevantes obtenidos.

Las continuas altas en el Impuesto de Actividades Económicas en la Comunidad Valenciana, indican el aumento del número de empresas en el mercado, y que es un mercado en constante movimiento, lo que supone que en todo momento existe un mercado potencial. En el siguiente gráfico se observa la evolución que experimenta el mercado de los competidores, pasando de facturar de 89 a 712 millones de euros desde el año 1960 hasta el 2010, según el ministerio de trabajo y asuntos sociales. Aunque inicialmente incremento fue lento a partir del 2000 se produce un incremento más acentuado, debido principalmente a empresas de servicios. Estas empresas tienen un tamaño medio de 5 empleados.

6.3. Análisis del mercado

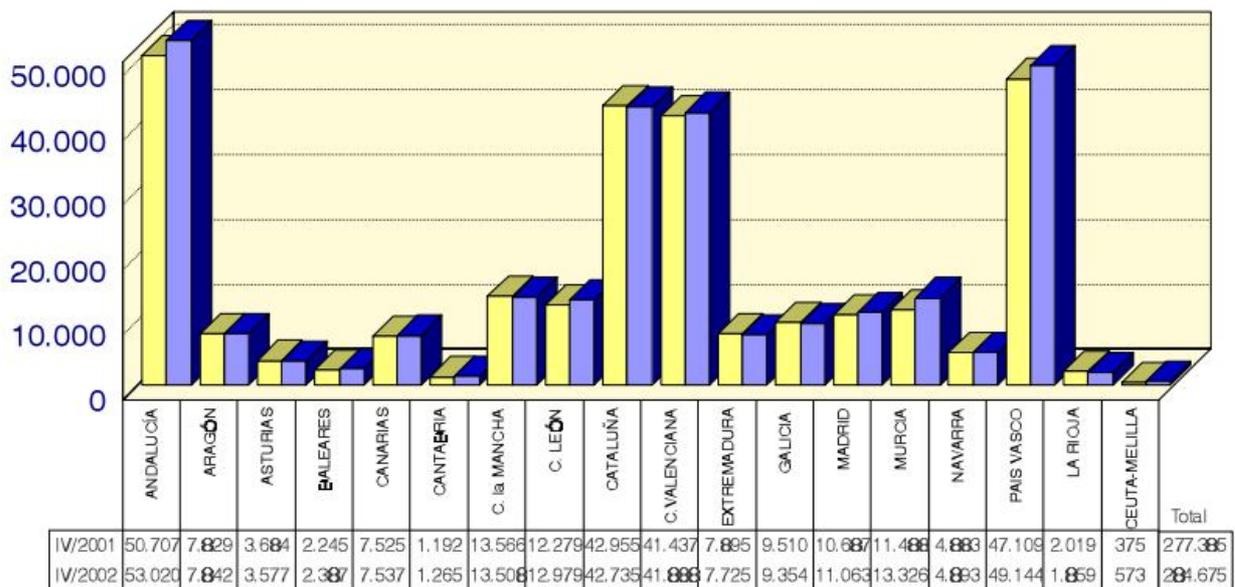
Expectativas sobre la aceptación del negocio:

En medida, que nuestra empresa, se vaya adentrando en el mercado y con el paso del tiempo. La mayor parte de los servicios, que los clientes, consideran que carecen, son aquellos servicios que se espera proporcionar. Las expectativas son buenas y con grandes posibilidades, dichas pretensiones son captar empresas nuevas y aquellas descontentas con la competencia.

Crecimiento previsto

El crecimiento que se espera será progresivo, considerando que hace falta tiempo para poder captar clientes, demostrar su competencia en el sector y provocar una aceptación amplia en el mercado. A pesar de la necesidad del paso de un periodo para el crecimiento, se estima que dispone de los suficientes conocimientos, ganas e interés para llevar adelante un proyecto y obtener beneficios de este.

Gráfico 3.4. Evolución número total de Autónomos



2008

2009

Fuente: www.mtas.es

7. DECISIONES SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

7.1. Concreción de la actividad y de los servicios

Una vez hecho el estudio de mercado, se ha decidido realizar una rectificación ante las empresas a las que se pretendía dirigir en un principio, al haber encontrado muchas dificultades a la hora de ponerse en contacto con las medianas empresas, a su vez se detecta que tales empresas tienen el servicio contable normalmente en la misma empresa y se piensa que hay una gran dificultad a la hora de competir con las empresas que realizan el servicio externalizado, ya que se trata de multinacionales, con las que sería dificultoso competir.

La empresa se centrará en el mercado de las micro-empresas, al entender que estas empresas son más accesibles y su mercado, es cada vez más amplio. Se les puede dar un servicio

personificado, es una de las partes que se ha obtenido del estudio ya que es de las principales demandas y de lo que consideran estar más carentes la mayoría de los futuros clientes.

CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING, EL SERVICIO, LA PRODUCCIÓN, EL APROVISIONAMIENTO Y PRESUPUESTOS

1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

A continuación se realizara una descripción de los servicios que se prestará la nueva empresa, que conseguir todos aquellos datos que resultan importantes a la hora de crear el plan de empresa. Estos servicios se prestarán según los diferentes apartados compuestos por las distintas partes de la empresa. Los servicios se describen según se desarrollen por el personal de gestión/contabilidad o los colaboradores del servicio de informática, ingeniería y abogacía.

1.1 Servicio de Asesoría Fiscal/Contable.

- Servicios: Asesoría Fiscal/Contable a empresas
- Descripción: Realización de todos los aspectos relacionados con la administración y gestión, y la asesoría fiscal y contable de las empresas.
- Características técnicas del servicio:
 - Características de la empresa: buena presencia por parte de los trabajadores, medios avanzados mediante los cuales se estará en todo momento al día y en contacto con los clientes, los tipos de productos podrán ser electrónicos o en papel, el trabajo en la empresa podrá ser tanto fiscal o sólo gestión.
 - Condiciones de funcionamiento de la empresa: Todo contacto con clientes se realizará previo acuerdo, mediante contrato por ambas partes (cliente-empresa), de esta forma tanto la empresa como el cliente, tendrán en todo momento, claros sus derechos y obligaciones.
 - Dimensiones del trabajo en la empresa: El trabajo tanto de Asesoría Fiscal/Contabilidad estará condicionado a la actividad del cliente, estimamos que el baremo se encuentra entre los 50 y los 300 documentos mensuales.
 - Normas legales que afectan al servicio: Se preverá en todo momento la presentación en la fecha que le corresponda, de todas las obligaciones frente a organismos públicos. Ej: Libros oficiales (diario, balances, etc...), solicitudes de ayudas, etc.
- Características de la prestación del servicio: Recogida personal de documentación según el volumen de negocio del cliente, registro de operaciones en sistema informático situado en nuestra oficina, presentación, análisis, conclusiones, informe y asesoramiento según requerimientos del cliente, y presentación de libros oficiales, declaraciones y archivo

selectivo de documentación

En un principio se establece un horario de 8 horas diarias, aunque se podría adaptar la jornada según el volumen de trabajo que se tuviera, ya que se depende totalmente de la cartera de clientes y sus necesidades.

- Necesidades satisfechas: Todas las relacionadas con la operativa contable, gestión y administración de empresas.
 - ¿Dónde las satisface?: En la oficina o en la empresa del cliente según criterio y acuerdo con la empresa.
 - ¿En qué momento las satisface?: En todo momento, ya que pueden surgir consultas a petición del cliente cualquier día, eso sin contar con las exposiciones o presentaciones en fecha fija, la primera según acuerdo.
 - Necesidades no cubiertas por otro servicio: Análisis financiero, gran implicación con la empresa, asesoramiento en el sector inversión, recogida de documentación, atención personalizada.
- Atributos más importantes para el proyecto, el beneficio sustancial se refiere al servicio que realmente interesa al cliente. Este concepto se refleja en la satisfacción obtenida por los clientes como consecuencia de proporcionar unos servicios, los atributos más importantes:
 - Marca: Titulación (Diplomado en Gestión y Administración Pública, Técnico Superior en Administración y Finanzas), Asociación economistas, Reconocido en el ICAC, Certificado de calidad (ISO).
 - Instrumentos: Libros oficiales, programa informático (como puede ser un ejemplo: ContaPlus), encuadernaciones, exposiciones PowerPoint.
 - Gama (serie de cosas que varía gradualmente, en este caso gama alta, media, baja): Alta según requerimiento del cliente.
 - Diseño: El establecido por ley según normativa contable ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas)
 - Garantía: De responsabilidad civil.
 - Servicio posventa: Análisis financieros
 - Otros atributos: Puntualidad, trato personalizado, atención, pulcritud, dedicación completa, gran experiencia con Administraciones Públicas, etc.

La previsión de crecimiento de servicio se detalla en la tabla siguiente. Esta previsión se ha calculado según el INE (Instituto Nacional de Estadística), en el que se ha realizado un estudio,

del IPC, del PIB, así como del servicio ofrecido, en los últimos 10 años, el cual aumenta en el caso del IPC entre un 3 y un 3,2. En el caso del PIB entre un 2,9 y un 3,1. Finalmente en el caso del servicio este ha aumentado entre un 1% anualmente.

Tabla 4.1. Previsión de crecimiento del mercado de nuestro servicio

		IPC	PIB	Producto
Año 1	51.960,56 €			
Año 2	55.071,44 €	3,0	2,9	1,060
Año 3	58.482,01 €	3,0	3,1	1,062
Año 4	62.526,40 €	3,4	3,4	1,069
Año 5	66.527,58 €	3,2	3,1	1,064

Fuente: Elaboración propia

En la tabla siguiente se realiza un análisis de la situación de la nueva empresa frente a las empresas competidoras, donde se incluyen los puntos fuertes y según los atributos más importantes considerados.

Tabla 4.2.1 Posicionamiento respecto a los competidores:

<i>Servicio</i>	<i>Puntos fuertes</i>	<i>Puntos débiles</i>
Calidad	Conocer dónde falla la competencia y qué prefieren los clientes	Mucha competencia, difícil superarla
Diseño	Se utilizará la estética en los análisis financieros y presentación al cliente de su situación financiera, recurriendo a factores de marketing (siempre inteligible para el cliente)	La mayoría son formatos definidos como los libros oficiales, dejando poco margen en este sentido
Marca	Se tienen las titulaciones requeridas, así como los conocimientos respecto las formas técnicas de trabajar con la Administración Pública	Conseguir: Asociación colegio de economistas, revistas, certificado de calidad, en definitiva todo aquello que de prestigio
Gama	Estar siempre alerta para detectar posibles mejoras del servicio de manera que se mantenga un buen producto	Al cliente sólo le preocupa el cumplimiento de sus obligaciones
Conocimiento del producto	Amplio y en constante actualización. Utilización de Mementos	Inicialmente se tendrá que modificar y adaptar a las necesidades
Atención al cliente	Prioritario, el cliente es lo más importante, facilidad de palabra, simpatía, extroversión, etc...	Hay que tener psicología y utilizar la observación, paciencia y observación
Servicio de asistencia posventa	Postventa constante	Requiere mucha dedicación

Fuente: Elaboración propia

La principal diferencia con respecto a la competencia, a parte de la diferencia en servicio que se ofrece, detallado en Atributos, será un servicio bien y más económico que la competencia, sin llegar a ser demasiado bajo, ya que podría causar desconfianza en cuanto a la calidad del mismo en los posibles clientes.

La principal amenaza de nuevas empresas en el sector puede ser reducida si la empresa destaque y demuestre un buen trato con el cliente y un buen funcionamiento de los servicios, para conseguir que los clientes sean fieles, puesto que según el estudio realizado, a los clientes les cuesta cambiar de empresa aún recibiendo un servicio mínimo y carente de muchos servicios importantes para ellos.

- Estrategias del servicio sobre:

- **Atributos:** Existen ciertos atributos que se deben mantener impenetrablemente como son la implicación, la preocupación, la atención personalizada, el marketing, porque estas cualidades son las que más nos diferencian de la competencia y lo que destacan los clientes a través de las encuestas realizadas en la fase anterior como más importante.
- **Perspectivas futuras:** Ir ampliando la cartera de clientes, de forma que se necesite incorporar personal para poder atender cuidadosamente a los clientes invirtiendo más en marketing, (esto siempre es necesario), crear un centro de trabajo en un parque empresarial y seleccionar a los futuros clientes más que ellos a nosotras.
- Descripción del servicio objeto del proyecto: Se trata de describir el servicio así como la actividad empresarial de la forma más clara posible, haciendo especial incidencia, en la posible diferenciación del servicio respecto a otros existentes.

1.2. Servicio de informática

- **Servicio:** Instalación de un puesto de red.
- **Descripción:** Instalación y configuración del PC del cliente para que pueda acceder a todas las unidades y dispositivos de la red.
- **Características técnicas del servicio:**
 - Características físicas o químicas: Si no es conexión inalámbrica, tiene que existir un punto de red como máximo a 2 m. que es la longitud estándar del cable de red. Este punto de red no está incluido en este paquete de servicios.
 - Condiciones de funcionamiento: El PC tiene que tener instalado el Sistema Operativo funcionando correctamente.

- Normas legales que afectan al servicio: El cliente es el único responsable de que el PC a conectar a la red tenga una licencia legal del Sistema Operativo que utiliza.
- Características de la presentación del servicio: El técnico se presentará en las instalaciones del cliente con todas las herramientas necesarias para instalar la tarjeta de red (si es necesario). Configuraré la conexión de red según las necesidades del cliente, para poder acceder a los recursos y dispositivos de la red con toda seguridad. Por último, responderá al cliente las dudas que le surjan sobre el funcionamiento y acceso a la red.
- Necesidades satisfechas:
 - ¿Dónde las satisface?: En las instalaciones del cliente.
 - ¿En qué momento las satisface?: Una vez el técnico haya acabado.
- Atributos más importantes:
 - Garantía: 2 años de garantía. La garantía no cubre la reinstalación del sistema operativo del ordenador.
 - Servicio prestado: Instalación y configuración de ordenador para acceder a la red del cliente.
 - Otros atributos: Se verificará la seguridad de la conexión.
 - Diferencia con respecto a la competencia: Es una instalación completamente personalizada a las necesidades del cliente, resolviendo cualquier duda que pueda surgir.
 - Amenaza de nuevas entradas de empresas: Como la vida del servicio es muy larga y no requiere mantenimiento, no existe ninguna amenaza.
- Estrategias del servicio sobre:
 - Atributos: En las instalaciones del cliente, instalación personalizada seguridad, garantía, larga duración.
 - Ciclo de vida del servicio: Es válido hasta una reinstalación del Sistema Operativo o cambio en los parámetros de la red del cliente, en cuyo caso, habría que volver a realizar el proceso.
 - Perspectivas futuras: Por el avance de la tecnología, existirán cambios de Hardware y menos frecuentemente cambios de configuración que exigirían volver a realizar el proceso.

1.3. Servicio de ingeniería

- Servicio: Proyectos técnicos
- Descripción: Realización de proyectos técnicos exigidos por la administración, a la hora de conceder las licencias oportunas
- Características técnicas del servicio:
 - Características físicas o químicas: Proyecto Técnico realizado por técnico competente y visado por el correspondiente Colegio Oficial
 - Condiciones de funcionamiento: Es necesario previo acuerdo mediante contrato por ambas partes (cliente-empresa)
 - Dimensiones: Condicionado a la actividad o licencia a tramitar.
 - Normas legales que afectan al servicio: Presentación de los Proyectos Técnicos cumpliendo las instalaciones o el objeto del proyecto toda la legislación vigente de cumplimiento, tanto en el contenido como en el formato de presentación.
- Características de la prestación del servicio: Una vez se ha acordado y negociado lo que necesita el cliente, se pasa a la recogida de datos del local, vehículo u elemento objeto del proyecto, y en base a la información extraída del cliente de cómo y/o qué pretende realizar, se realiza el trabajo técnico correspondiente.
- Necesidades satisfechas: documentación necesaria para que los organismos oficiales concedan las licencias, los permisos y las homologaciones pertinentes.
 - ¿Dónde las satisface?: En el despacho técnico
 - ¿En qué momento las satisface?: Se satisfacen cuando el cliente lo necesita, contando que para la realización de según qué trabajos se estima que se necesita de un periodo aproximado de 1 mes.
- Atributos más importantes: El posicionamiento es el atributo más importante que se trata de la concepción del servicio y su imagen cuando se compara con el resto de los servicios o marcas competidores, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y servicios que existen en el mercado.
 - Marca: Titulación (Ingeniero Técnico Industrial, e Ingeniero en Automática y Electrónica Industrial), Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Industriales de Valencia.
 - Envase: Libros técnicos, programas informáticos específicos (ContaPlus), Encuadernaciones.

- Gama: servicio actualizado
- Diseño: El establecido por ley según normativa vigente
- Garantía: De responsabilidad civil
- Servicio posventa: Servicio de consultas técnicas
- Otros atributos: Puntualidad, trato personalizado, atención, pulcritud, dedicación completa, preparación y mejor precio.

En la siguiente tabla podemos encontrar los puntos fuertes y débiles respecto a los competidores, destacando siempre los conocimientos que se poseen respecto a la Administración Pública, tanto por la Carrera de GAP, como por haber trabajado con anterioridad en dicho sector.

Tabla 4.2.2. Posicionamiento respecto a los competidores:

Servicio	Puntos fuertes	Puntos débiles
Calidad	Conocer dónde falla la competencia y qué prefieren los clientes	La competencia no es mejor técnicamente pero si mas reconocida socialmente
Diseño	Se utilizará una imagen fija y atractiva, en el formato de los trabajos, para facilitar el reconocimiento por parte de las administraciones y los funcionarios	
Marca	Titulación requerida, conocimientos y motivación	Conseguir el reconocimiento social mediante un sistema adecuado de publicidad, sin olvidar la mejor de ellas que es la satisfacción del cliente
Gama	Estar siempre alerta para detectar posibles mejoras del servicio de manera que se mantenga un buen producto	Al cliente sólo le preocupa el cumplimiento de sus obligaciones sin más
Conocimiento del servicio	Amplio y en constante actualización	Inicialmente se tendrá que modificar y adaptar a las necesidades
Atención al cliente	Prioritario, el cliente es lo más importante, facilidad de palabra, simpatía, extroversión, etc...	Hay que tener psicología y utilizar la observación, paciencia y observación
Servicio de asistencia posventa	Postventa constante	Requiere mucha dedicación

Fuente: Elaboración propia

Hay una diferencia con respecto a la competencia: Seriedad en los plazos de entrega, sinceridad con el cliente, cuando alguna obra o instalación no se pueden realizar, actualizados continuamente respecto a subvenciones, ayudas, así como formas de solicitud de estas, ante las Administraciones Públicas.

La amenaza principal reside en las nuevas entradas de empresas, por lo que se tendrán en todo momento en cuenta, procurando que estas exalten nuestras virtudes y competitividad, por lo tanto no hay miedo a la competencia, ésta es buena y mejora el servicio al cliente.

- Estrategias del servicio sobre:
 - Atributos: Se debe mantener la implicación, la preocupación, la atención personalizada y el marketing para que estas cualidades sean diferenciadoras de la competencia, tal y como se destacó en las encuestas realizadas.
 - Perspectivas futuras: Ir ampliando la cartera de clientes, y con ello la necesidad de incorporar más personal, de forma mesurada, para dar tiempo al nuevo empleado a asimilar la política de la empresa, ya que un aumento significativo en la plantilla implica que la empresa no tendrá la misma capacidad de cambio y adaptación, sino que requerirá siempre de un mayor tiempo y esfuerzo para absorberlos y adaptarse a los mismos, por tanto, se pretende un crecimiento controlado, contando con apoyos externos para momentos puntuales de picos en la carga de trabajo (sin que ello implique perder facilidad de actuación).

2. PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

- Descripción de las etapas, tiempos y operaciones de la prestación de los servicios de la empresa.

Se define únicamente la prestación del servicio contable, a pesar de que como se ha mencionado anteriormente se ofrece una gama mucho más amplia de productos:

La Contabilidad es la disciplina encargada de proporcionar una imagen fiel de la situación y el Patrimonio de la empresa del cliente, así como del registro de las operaciones que realice.

- Hay que tener en cuenta tres grandes misiones:

1.- El conocimiento del Patrimonio de la empresa. Será necesario que se conozca el conjunto de bienes y derechos con que cuenta la empresa para el desarrollo de sus actividades, así como las obligaciones a que debe hacer frente.

2.- El registro de las operaciones que realice la empresa en el curso de sus actividades.

3.- El cálculo de los resultados de la actividad. La obtención de beneficios es la razón por la que actúa un empresario, por tanto, que su estimación sea lo más exacta posible es de gran importancia.

DEFINICIÓN Y ESTIMACIÓN DE TIEMPOS

El tiempo que se invierte en una asesoría, en cada trabajo, es difícilmente calculado, irá de; Tiempo mínimo (De 1 a 5 horas semanales), Tiempo medio (de 5 a 10 horas semanales), a Tiempo amplio (De 20 a 40 horas semanales): DESCRIBIR e INTRODUCIR.

- Contratación: Consiste en un documento de compromiso y acuerdo entre el cliente y la empresa, en el que se fijen condiciones de la prestación, la duración mínima prorrogándose a su finalización si no hay denuncia por cualquiera de las partes, los honorarios, ect..
Estimación de tiempo mínima
- Recogida de la documentación: Consiste en el desplazamiento a las oficinas de los clientes para recogerla, inicialmente este servicio se hará personalmente, contratando a una persona más adelante cuando el volumen de negocio sea más elevado. Estimación de tiempo media por el desplazamiento, aunque se intentará siempre que éste no sea en hora punta, ni en las que el tráfico es más intenso.
- Alta para la firma digital de la empresa: Consiste en darse de alta, para trabajar telemáticamente, tanto en la seguridad social, tráfico, agencia tributaria, etc. Al disponer de todos los datos obligatorios para el registro de cada cliente, mediante este medio, los documentos generados por cada organismo tienen una estimación de tiempo mínima.
- Ordenación y control: Una vez recogida la información verificar que no hay documentos duplicados, que las fechas son correctas, que se trata de operaciones que hay que registrar, estimación de tiempo media.
- Codificación: Escribir sobre el documento a qué cuentas contables se ha de registrar atendiendo en todo caso a los principios y normas de contabilidad generalmente aceptados que establece el PCG. (Plan General Contable), y sujeto a las normas de desarrollo que, en materia contable, establece el ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas). Con esta operativa el siguiente punto se llevará a cabo de forma automatizada y sin porcentaje de error. Estimación de tiempo amplia.
- Registro informático: Sistema de registro de los asientos contables pertinentes, de modo que permita:
 - Conocer en cada momento la situación de su empresa y de sus negocios
 - Disponer de información que le facilite la toma de decisiones al cliente

Dentro del registro se detallan los diferentes tipos de asientos, que se realiza en las siguientes fases:

- Balance inicial: Refleja la situación en la que se encuentra la empresa inmediatamente antes del inicio del registro de las operaciones del ejercicio.
- Asiento de apertura: Asiento por el que se abren las diversas cuentas, quedando desde ese momento listas para el registro de operaciones.
- Asientos de gestión: Son los asientos empleados por la empresa para registrar las operaciones que se van realizando a lo largo del ejercicio.
- Asientos de periodificación: Asientos mediante los cuales, la empresa ajusta al final de su ejercicio aquellas operaciones, que de acuerdo al principio de devengo, deben imputarse a varios ejercicios, además de al presente.
- Asiento de regularización: Asiento por medio del cual se determinan los resultados del ejercicio.

Una vez registrado, en cada documento se deberá estampar fecha y firma de la persona que ha realizado el trabajo. Estimación de tiempo media.

- Archivo: Introducir en archivadores la documentación clasificada por fechas y por empresas de forma que garantice que todo el personal afectado tiene a sus disposición la última versión de los documentos y se evite el uso de documentos no válidos u obsoletos. Estimación de tiempo media.
- Registro de libros: Registrar los apuntes contables en libros oficiales (libro de inventarios y Balances, de Diario, Mayor, etc...), la realización de esta tarea dependerá mucho del tipo de cliente ya que dependiendo de a qué actividad se dedique la empresa y bajo qué forma jurídica se constituya, tendrá unas obligaciones u otras (sirva de ejemplo: la documentación sobre normativa fiscal, contable y de Seguridad Social). Estimación de tiempo media.
- Presentación organismos: Presentación de las liquidaciones y operaciones obligatorias en fechas determinadas. La estimación de tiempo: puede ir de media a amplia según la cercanía de las fechas obligatorias de presentación, intentaremos lo máximo posible que se acerque a media, para que la espera ante el organismo sea mínima.
- Cierre contable: Mediante este asiento se cierran todas las cuentas, finalizando por este ejercicio el registro de operaciones, se realiza al cierre de cada ejercicio. Estimación de tiempo mínima.
- Cuenta de Pérdidas y Ganancias: Consiste en llevar todas las cuentas de gasto (grupo 6) al haber y todas las de ingreso (grupo 7) al debe, llevando sus importes contra la cuenta (129). Se realiza anualmente. Estimación de tiempo mínima.

- Balance de situación (final): Refleja la situación patrimonial de la empresa inmediatamente después de finalizar el registro de operaciones. Se realiza al final de cada ejercicio. También se realizará junto con este punto el Impuesto de Sociedades. Estimación de tiempo media.
- Memoria: Ampliar y comentar la información que aparece en el Balance y en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Estimación de tiempo media.

Las tres últimas operaciones (Balance, cuenta de Pérdidas y Ganancias y la Memoria) forman entre ellas las CUENTAS ANUALES.

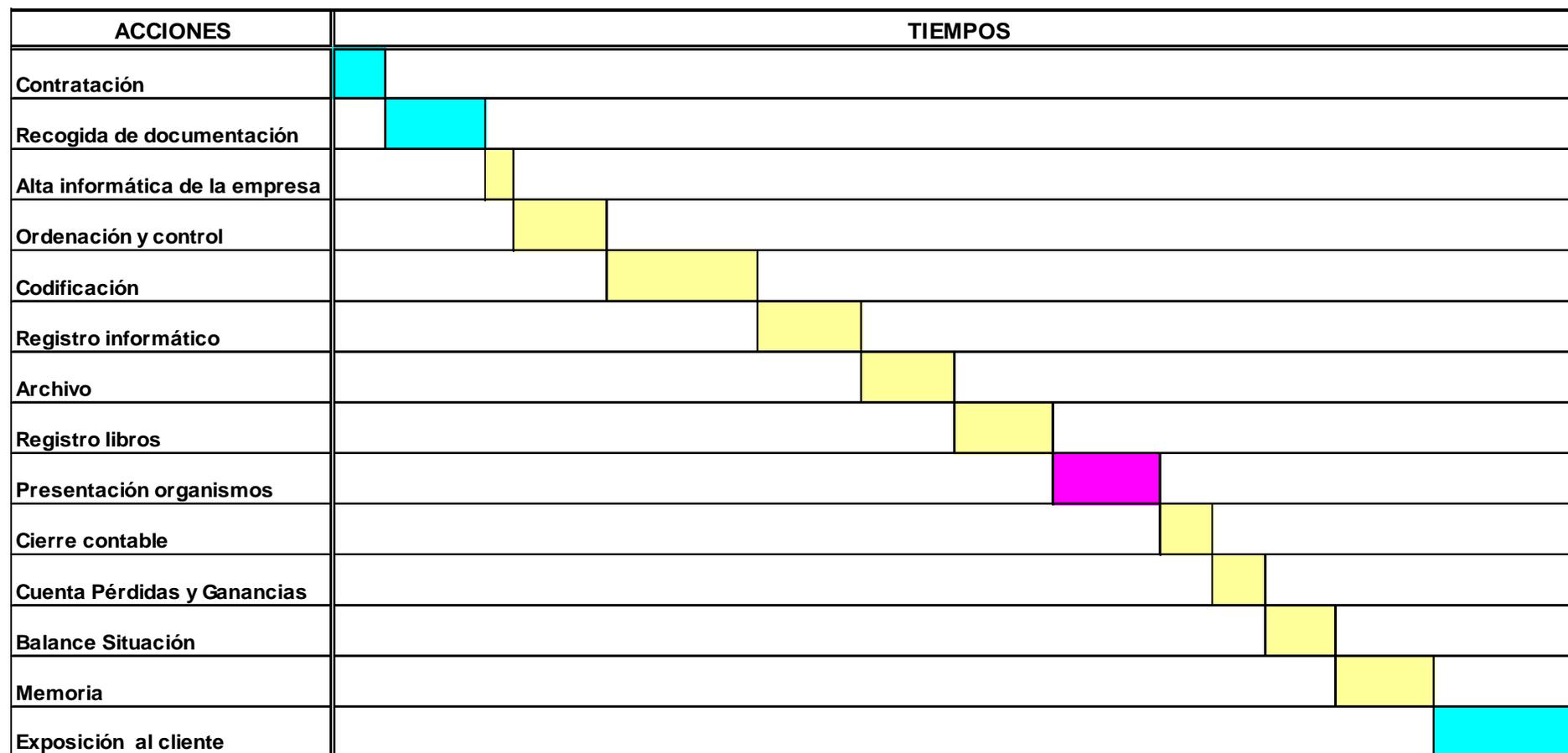
- Exposición al cliente: Esta tarea se ofrece como alternativa a nuestro servicio, decidiendo el cliente si la quiere o no. Se trata de explicación de todos los aspectos sobre los que tenga duda o requiera detalle el cliente. Ej. situación económico-financiera, análisis, optimización de los recursos, etc.

Será uno de los puntos fuertes, en el que trataremos de satisfacer las expectativas y requisitos de los clientes, adquiriendo compromisos relacionados con la prestación concreta del servicio profesional, sin incluir garantías de éxito.

La estimación de tiempo que puede ir de mínima, media a amplia dependiendo del volumen de operaciones anuales.

Tabla 4.3. Estimación de tiempos según la prestación del servicio. Diagrama de GANT

DIAGRAMA DE GANT



Fuente: Elaboración propia

Distribución Tiempos

- Tiempo amplio (De 20 a 40 horas semanales)
- Tiempo medio (de 5 a 10 horas semanales)
- Tiempo mínimo (De 1 a 5 horas semanales)

3. PLAN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

3.1. Programa de producción: volúmenes y fechas de producción

El horario de trabajo en la empresa será de 8 horas, de las que a primera hora de la mañana se dedicarán a la recogida de documentación y el resto para realizar las gestiones pertinentes de cada servicio prestado.

La estimación del volumen de trabajo depende de muchos factores, además de los servicios demandados por el cliente. El volumen de trabajo de una empresa que factura 3000€ al mes es muy diferente en comparación a de una empresa que factura 30.000€, porque hay muchos puntos que estudiar en cada caso. Por tanto, el coste del conjunto de servicios difiere según sea una empresa pequeña o una microempresa, así como la cantidad de trabajo que habrá que dedicarle a cada una. Un juicio, con toda su documentación, puede ser rápido o lento dependiendo de su complejidad. Un proyecto de Ingeniería puede ser rápido y económico o costoso, tanto de tiempo como de precio. El trabajo de informática es para cada caso, al igual que los anteriores, diferente. Destacar que en los trabajos complementarios de abogacía, ingeniería e informática la participación es meramente de trámite de la documentación y similares.

El trabajo de Asesoría Contable/Fiscal realizará las gestiones administrativas y contables de la empresa, así como los trámites de la documentación de los clientes; el Servicio de Asesoría y confección de Contabilidad a Sociedades, Depósito de cuentas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Memoria, informe de Gestión y Auditoría), Las Solicitudes de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad), los Certificados de Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos, etc.

Tablas 4.4. Programa de producción: volúmenes y fechas de producción.

Autónomos	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>													
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €
<i>Otros Servicios (tarifa</i>													
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Empresario Individual	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €			45,00 €			45,00 €			45,00 €			45,00 €
Declaraciones IRPF simplificada	60,00 €												60,00 €
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €			90,00 €			90,00 €			90,00 €			90,00 €
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €												69,00 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €												450,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €												15,00 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €												34,50 €
TOTAL		161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	924,50 €
TOTAL ANUAL	3.100,50 €												

Fuente: Elaboración propia

Asesoría Fiscal:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €	46,00 €											
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €												
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €	39,00 €			39,00 €			39,00 €			39,00 €		
Certificado S.S de cotización de empresas y trab. autónomos	25,00 €												
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €												
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de ctas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y	25,00 €												25,00 €
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €	24,00 €											
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		109,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	25,00 €
TOTAL ANUAL	251,00 €												

Fuente: Elaboración propia

Microempresa	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>												
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>												
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trab)	46,00 €											
Paq de A.L (De 4 a 5 Trab)	57,50 €											
Paq de A.L (De 6 a 8 Trab)	86,25 €											
Paq de A.L (De 9 a 11 Trab)	115,00 €											
Paq de A.L (De 12 a 15 Trab)	155,25 €											
Paq de A.L (De 16 a 20 Trab)	201,25 €	211,31 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €	221,88 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Sociedades	69,00 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €	72,45 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €			47,25 €			47,25 €			47,25 €		
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €			94,50 €			94,50 €			94,50 €		
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €											
Impuesto sobre sociedades	450,00 €											
Compra libros contables (unidad)	15,00 €											
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €											
Exposición seguimiento contable	90,00 €											
TOTAL		356,21 €	366,78 €	508,53 €	366,78 €	366,78 €	508,53 €	366,78 €	366,78 €	508,53 €	366,78 €	366,78 €
TOTAL ANUAL	5.753,47 €											

Fuente: Elaboración propia

Asesoría Fiscal:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €	48,30 €						48,30 €					
Certificado INEM de peíodosos de inscripción	30,00 €						31,50 €						
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €		40,95 €									40,95 €	
Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos	25,00 €	26,25 €						26,25 €					
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €				26,25 €								
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de ctas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y	25,00 €												28,75 €
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €												
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		74,55 €	40,95 €	0,00 €	26,25 €	0,00 €	31,50 €	74,55 €	0,00 €	0,00 €	40,95 €	0,00 €	28,75 €
TOTAL ANUAL	317,50 €												

Fuente: Elaboración propia

Pequeña empresa	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>													
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €												
(Hasta 200 Documentos/mes)	126,50 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €
Otros Servicios (tarifa mensual):													
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €												
Paq. de A. L (De 4 a 5 Trabs)	57,50 €												
Paq. de A. L (De 6 a 8 Trabs)	86,25 €												
Paq. de A. L (De 9 a 11 Trabs)	115,00 €												
Paq. de A. L (De 12 a 15 Trabs)	155,25 €												
Paq. de A. L (De 16 a 20 Trabs)	201,25 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Sociedades	69,00 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €			50,40 €			50,40 €			50,40 €			50,40 €
Declaraciones periódicas de	90,00 €			100,80 €			100,80 €			100,80 €			100,80 €
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €												77,28 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €												504,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €												16,80 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €												38,64 €
Exposición seguimiento	90,00 €												100,80 €
TOTAL		444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	1.333,08 €
TOTAL ANUAL	6.674,64 €												

Fuente: Elaboración propia

Asesoría Fiscal:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €			51,52 €						51,52 €			
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €												
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €										43,68 €		
Certificado S.S de cotización de empresas y trabs autónomos	25,00 €	28,00 €					28,00 €						28,00 €
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €												
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de cuentas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y Auditoria).	25,00 €	28,00 €						28,00 €					
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €			26,88 €									
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		56,00 €	0,00 €	78,40 €	0,00 €	0,00 €	28,00 €	28,00 €	0,00 €	51,52 €	43,68 €	0,00 €	28,00 €
TOTAL ANUAL	313,60 €												

Fuente: Elaboración propia

Tras haber consultado con el colaborador y realizando un estudio de los servicios de abogacía, para saber aproximadamente los posibles beneficios que se pueden obtener de este servicio, concluimos que el beneficio mínimo aproximado es de unos 300 € mensuales.

Tabla 4.5. Ingresos de los colaboradores

COLABORADORES

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Informática	1.692,00 €	2.961,00 €	4.441,50 €	6.218,10 €	7.461,72 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total informática	1.692,00 €	3.049,83 €	4.574,75 €	6.429,52 €	7.700,50 €
Abogacía	720,00 €	1.260,00 €	1.890,00 €	2.646,00 €	3.175,20 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total informática	720,00 €	1.297,80 €	1.946,70 €	2.735,96 €	3.276,81 €
Ingeniería	2.213,40 €	3.873,45 €	5.810,18 €	8.134,25 €	9.761,09 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total ingeniería	2.213,40 €	3.989,65 €	5.984,48 €	8.410,81 €	10.073,45 €
Total colaboradores	4.625,40 €	8.337,28 €	12.505,93 €	17.576,29 €	21.050,75 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.6. Ingresos previstos en 5 años

INGRESOS PREVISTOS EN 5 AÑOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº Autónomos	5	9	13	18	22
Ingresos (autónomos)	16.757,50 €	30.104,38 €	45.156,56 €	63.219,19 €	75.863,03 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total autónomos	16.757,50 €	31.007,51 €	46.511,26 €	65.368,64 €	78.290,64 €
Nº Microempresas	3	5	8	11	13
Ingresos (microempresas)	18.212,91 €	32.463,95 €	48.695,93 €	68.174,30 €	81.809,16 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total microempresas	18.212,91 €	33.437,87 €	50.156,81 €	70.492,23 €	84.427,05 €
Nº Pequeñas empresas	2	4	5	7	9
Ingresos (pequeñas)	13.976,48 €	24.458,84 €	36.688,26 €	51.363,56 €	61.636,28 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total pequeñas	13.976,48 €	25.192,61 €	37.788,91 €	53.109,93 €	63.608,64 €
COLABORADORES	4.625,40 €	8.337,28 €	12.505,93 €	17.576,29 €	21.050,75 €
Ingresos previstos en 5 años	53.572,29 €	97.975,27 €	146.962,90 €	206.547,08 €	247.377,08 €

Fuente: Elaboración propia

Colaboradores:

El aumento anual realizado, se ha obtenido a través de consultas con especialistas del sector servicios, que trabajan y colaboran con empresas gestoras. En estas entrevistas se se destaca que para hacer una previsión de los beneficios, se ha de tener en cuenta que el primer año los clientes serán reducidos, pero que el segundo y tercer año se duplicarán los clientes, y en el cuarto año se estabiliza, de forma que el aumento será inferior a los anteriores y a partir del quinto año se trata de mantener los clientes, ya que el aumento de estos disminuye de forma que hay que conservarlos.

3.2. Necesidades de recursos para la producción

Los recursos productivos son todos los medios que se emplean para la producción de servicios. Si analizamos cada uno de ellos:

- Tierra: Se refiere a aquellos medios de producción que se encuentran en la naturaleza, tal como los terrenos, en nuestro caso se aplica al local donde se sitúa la oficina.
- Trabajo: Consiste en el tiempo y esfuerzo (físico o mental) que las personas asignan a la producción servicios, este recurso se ha especificado anteriormente, al explicar las horas que se dedican al trabajo.
- Capital: Hace referencia a los recursos creados por el hombre y que sirven para producir. Los recursos utilizados se especifican en la **Tabla 4.7**.

3.3. Inversiones necesarias en inmovilizado

Antes de comercializar un servicio, y por tanto, antes de obtener cualquier ingreso por la venta del servicio, es preciso adquirir un stock mínimo de los materiales necesarios. Para empresas del sector servicios, lo normal será que transcurran varios días o semanas antes de poder facturar por la prestación de los servicios.

Para saber la cifra de tesorería o cantidad de líquido que conviene tener a mano, se propone tener en cuenta los pagos que deben realizarse, para lo que se ha realizado las tablas, siguientes:

Tabla 4.7. Inversiones en inmovilizado

INFORMÁTICO

Concepto	Marca	Ctdad.	Precio Un.	Precio Total
Ordenador completo		1	0	0,00
Ordenador portatil	Dell	2	845	1.690,00
Teclado + ratón inalámbrico		2	25	50,00
Impresora, fotocop.,fax,escaner		1	322	322,00
Software (Contaplus)		4	16	64,00
Toner tinta impresoras color		2	50	100,00
Sai		2	67,5	135,00
CDs	Caj. 50 Un	2	19	38,00
Qtek s110		2	359,5	719,00
Lápiz 256 MB (Memori Stick)		2	18,5	37,00
Total				3.155,00

Proveedor: Dell, App Informática y Dr. Pc

Fuente: Elaboración propia

3.4. Materiales para la producción

Para la realización del trabajo contable se prevé disponer de una serie de los siguientes materiales

- Libros Principales: (Libro de Inventarios y Balances, Legalidad contable. La información que debe contener este libro es, Libro Diario, Libro Mayor y Balances)
- Libros Auxiliares
- Sistemas Contables Computarizados: Software de Gestión, Software de Deusto, (Conta fac, Conta Sol 2005, Conta 3.0.)

Así como el mobiliario que se describe en la tabla siguiente:

Tabla 4.8. Mobiliario oficina.

MOBILIARIO OFICINA

Mesas		2		550,00
Aparato aire acondic./bomba calor		1	700	700,00
Separador		1	50	50,00
Sillas		2	208	416,00
Sillones		2	272	544,00
Flexos		2	49	98,00
Cajoneras		2	118	236,00
Mampara divisoria		1	360	360,00
Estantería		1	249	249,00
Armario		1	310	310,00
Bandejas selección	1caja 10 un	1	19,4	19,40
Perchero		1	55	55,00
Total				3.587,40

Proveedor: Ofidirecta y Domus

Fuente: Elaboración propia

3.5. Suministros y servicios exteriores.

El consumo de suministros y de servicios exteriores que se precisarán para el proceso de prestación de los servicios. Se detalla en la **Tabla 4.9.**

Tabla 4.9. Consumo de suministros y servicios exteriores

SUMINISTROS

Luz	54,07	
Teléfono	62,9	Locales
Locomoción	45	Mensuales 600 Km.
Gtos. de representación	400	Mensuales 10 clientes x 4 veces mes x 10 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €
Teléfono	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €
Locomoción	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €
Gtos. de representación	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Total mensual	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €
Total anual	6.743,64 €											

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	648,84 €	668,31 €	688,35 €	711,76 €	734,53 €
Teléfono	754,80 €	777,44 €	800,77 €	827,99 €	854,49 €
Locomoción	540,00 €	556,20 €	572,89 €	592,36 €	611,32 €
Gros. de representación	4.800,00 €	4.944,00 €	5.092,32 €	5.265,46 €	5.433,95 €
Total anual	6.743,64 €	6.945,95 €	7.154,33 €	7.397,57 €	7.634,30 €

Fuente: Elaboración propia

3.6. Mano de obra directa

En la empresa se distingue entre el personal que se dedicará a tiempo completo y los colaboradores. Estará a tiempo completo la persona del servicio de Asesoría Contable/Fiscal y el resto serán colaboradores.

El servicio de Asesoría Contable/Fiscal requerirá un titulado en Gestión y Administración Pública. El segundo grupo se trata de los colaboradores en disposición de las siguientes titulaciones:

Servicio de Ingeniería: Gestión y realización de proyectos, partes de instalaciones eléctricas y/o automáticas, proyectos de tipologías muy variadas, instalaciones de alumbrado, de protección contra incendios, de ventilación y climatización, tanto de ámbito civil como de ámbito naval.

- Ingeniero Técnico Industrial, esp. Electrónica.
- Ingeniero en Automática y Electrónica Industrial

Servicio Abogacía: Ante todo gestiones del marco legal del trabajo, especialidad del derecho que regula las relaciones laborales individuales y colectivas, que se dan en el trabajo dependiente y por cuenta ajena.

- Licenciatura en Derecho.
- Licenciado en Políticas.

Servicio Informático: Puesta en marcha de las posibilidades de las Nuevas Tecnologías, tecnología con las máximas garantías de calidad y precio, utilización de redes locales, conexión entre varios equipos que supone innumerables ventajas, optimación y control de la seguridad de conexión a Internet, comparta toda la información entre los puestos de trabajo con las máximas garantías de seguridad, ahorre dinero en equipos compartiendo impresoras, tenga presencia en el escaparate mundial que es Internet.

- Ingeniero Técnico Informático.
- Técnico Superior en Sistemas de Telecomunicaciones.

El número de horas de trabajo por parte del informático será de 8 horas al día, de lunes a viernes, las cuales se repartirán según las necesidades de los clientes, así como las de la empresa, dependiendo del trabajo que hubiera que realizar.

Las remuneraciones en cada uno de los grupos se especifican en la **Tabla 4.10**

Tabla 4.10. Cuadro Remuneraciones

Servicios	Número de trabajadores.	Remuneración anual por trabajador (sueldos+pluses).	Remuneraciones totales anuales por categoría (todos los trabajadores).	Seguridad Social a cargo de la empresa.	Total costes laborales anuales.
Asesoría Fisc/Cont.	1	10.787,00 €	21.574,00 €	6.440,00 €	38.801,00 €
COLABORADORES DENUESTRA EMPRESA					
Abogado	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 20% que nos corresponde a nosotros.	-	-	Depende de la cantidad de trabajo realizado, a nuestra empresa.
Ingeniero industrial	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 10% que nos corresponde a nosotros.	-	-	
Informático	1		-	-	
Totales	5		-	-	

Fuente: Elaboración propia

4. PLAN DE APROVISIONAMIENTO

Se elaborara una base de datos de todos los proveedores, para que, en cualquier momento la empresa tenga disponible informes referentes a sus proveedores.

Los posibles proveedores se buscaran en internet, en las tiendas de barrio y grandes proveedores. Una vez sean localizados se les solicitará presupuesto, catálogos, etc...

El modelo ficha de proveedores, tanto para los del inmovilizado como otros proveedores, se incluye en la siguiente tabla.

Serán necesarios dos tipos proveedores: De inmovilizado y de material de oficina. Los primeros al comienzo de la actividad y los segundos mientras dure la actividad, creándose una relación mínima de dependencia con estos últimos, ya que los materiales que se necesite para poder llevar a cabo la prestación de los servicios será poco costosa y de larga duración en el tiempo, lo que hará que no se consigan descuentos importantes, que los plazos de entrega sean inexistentes ya que se desplazará la misma empresa para conseguir el suministro, y que el pago será prácticamente al contado.

4.1. Proveedores seleccionados y criterios de selección utilizados

El seguimiento y evaluación de proveedores se realizará con periodicidad, midiendo el grado de cumplimiento de éstos atendiendo a los criterios de evaluación fijados.

En caso de incumplimiento, se analizará, definir y adoptar las medidas correspondientes tanto para su corrección como para prevenir que suceda de nuevo.

Se mantendrán registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria que se derive de las mismas.

Tabla 4.11. Ficha de proveedores

FICHA DE PROVEEDORES	
PROVEEDOR	Código: 4001002 Nombre: Imprenta Rápida Dyna 4
	Dirección: Guillén de Anglesola, 3 Bajo – 46022 Valencia (España)
	Teléfono: 96 330 84 24
	Persona de Contacto: Javier Pérez
	Fax: 96 330 84 24
	Correo electrónico: infoimprenta@dyna4.com
	Página web: www.imprentadyna4.com
PRODUCTO:	Material de oficina
	Denominación: Tarjetas de visita, Papel, etc
	Características: Trabajos de impresión principalmente
	Calidades: Media, alta
	Gama de variedad: Elevada
	Precios: Tarjetas 6.61€(200un)
	Plazos de entrega: 24 / 48 horas
	Condiciones de pago: Al contado
	Transferencia bancaria
	Recibo domiciliado
OTRAS INFORMACIONES:	
	Observaciones: Portes 6 € importes inferiores a 250 € > no portes, inferiores a 50 € cargo adicional 4 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.12. Comparativa de proveedores informática

Proveedores Informática:					
Nombre	Dirección	Precios (en euros)			Condiciones de pago
		Ordenador portátil	Producto multifuncional	PC Bolsillo	
App informática	Doctor Calatayud Baya, 4	839.10	379.90	454.80	Tarjeta 3 meses sin intereses
Dell	Dell.es	899	365.90	486	Hasta 6 meses sin intereses
Dtor. PC	Pasaje Ventura Feliu, 22 B	845	322	359.50	Contado

Fuente: Elaboración propia

La selección general: De igual forma que el cuadro anterior, seleccionaremos los demás proveedores (mobiliario, material de oficina, etc...). Para la selección del resto de proveedores se seguirá el mismo procedimiento. Los proveedores seccionados serán:

- Informática: Dell, *App informática* y *Dr.Pc*;
- Mobiliario: *Ofidirecta* y *Domus*;
- Material oficina: el compás, imprenta dyna4, Para profesionales y *Ofiservice*

4.2. Gestión de las existencias

El volumen de aprovisionamiento será mínimo, y no será necesario disponer de un almacén, sino que con un pequeño espacio reservado a guardar el material de oficina (un armario), una pequeña parte de la oficina para las cajas de papel y estanterías para libros oficiales.

Se estima que no es necesario stock de seguridad y se prevé reponer material una vez cada cuatro meses.

4.3. Planificación de pedidos

La planificación de pedidos se puede ver en los **Anexos** 4.1., 4.2. y 4.3. Dichos anexos hacen referencia al primer pedido, a los pedidos sucesivos del primer año y a los costes anuales de materiales, sucesivamente.

4.4. Tipo de control de inventario

La realización del control físico de las existencias se realizará durante la última semana del ejercicio en curso y el recuento se llevará a cabo dentro del horario de oficina.

Los controles de los consumos, de los pedidos y su seguimiento se establecerán según asignación de tareas, de forma mecanizada mediante hoja de cálculo, recuento y comprobación de la mercancía recibida, así como el seguimiento del gasto injustificado e innecesario.

5. PRESUPUESTO DE COSTES

La correcta gestión de la empresa exige conocer con exactitud cuáles son las relaciones entre la estructura de costes, la dimensión que debe alcanzar y el nivel de beneficios que se desea obtener.

El análisis de los costes empresariales es una tarea importante, principalmente desde el punto de vista práctico, puesto que su desconocimiento puede acarrear riesgos para la empresa.

A continuación se incluye el cuadro de inversión y amortizado del activo fijo asignado a la producción y almacén:

En la Tabla 4.14 se agrupan los costes anuales de la prestación de servicios y en la Tabla 4.15 es el resumen de los costes previstos para los cinco primeros años de actividad.

Tabla 4.13. Cuadro de inversión y amortización del activo fijo asignado a la producción y almacén.

AMORTIZACIÓN

Elementos	Año Compra	Valor	total amortizar	Vida útil	% Amortización	cuotas anuales de amortización					Valor residual 5º año
						1º	2º	3º	4º	5º	
MATERIAL INFORMÁTICO											
Ordenador portatil (2unidades-845€)	2006	1.690,00 €									
Teclado + ratón inalámbrico (2unidades-25€)	2006	50,00 €	1.740,00 €	5 años	12%	208,80 €	183,74 €	161,69 €	142,29 €	125,22 €	918,25 €
Impresora, fotocop.,fax,escaner (1unidad-322€)	2006	322,00 €	322,00 €	5 años	12%	38,64 €	34,00 €	29,92 €	26,33 €	23,17 €	169,93 €
Qtek s110 (2unidades-359,50€)	2006	719,00 €	719,00 €	5 años	12%	86,28 €	75,93 €	66,82 €	58,80 €	51,74 €	379,44 €
MOBILIARIO											
Mesas (2unidades-275€)	2006	550,00 €									
Separador (1unidad-50€)	2006	50,00 €									
Cajoneras (2unidades-118€)	2006	236,00 €	836,00 €	5 años	12%	100,32 €	88,28 €	77,69 €	68,37 €	60,16 €	441,18 €
Aparato aire acondic./bomba calor (1unidad-700€)	2006	700,00 €	700,00 €	5 años	12%	84,00 €	73,92 €	65,05 €	57,24 €	50,37 €	369,41 €
Sillas (2unidades-208€)	2006	416,00 €									
Sillones (2unidades-272€)	2006	544,00 €	960,00 €	5 años	12%	115,20 €	101,38 €	89,21 €	78,51 €	69,08 €	506,62 €
Mampara divisoria (1unidad-360€)	2006	360,00 €									
Estantería (1unidad-249€)	2006	249,00 €									
Armario (1unidad-310€)	2006	310,00 €	919,00 €	5 años	12%	110,28 €	97,05 €	85,40 €	75,15 €	66,13 €	484,99 €
			6.196 €			743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €	3.269,83 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.14. Costes anuales de producción o de prestación de servicios

Costes de prestación del servicio	Año 1
Materiales	1.472,42 €
Mano de obra directa	38.801,00 €
Suministros y servicios exteriores	6.743,64 €
Subtotales	47.017,06 €
Amortizaciones	743,52 €
Costes totales	47.760,58 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.15. Cuadro resumen de los costes previstos para los cinco primeros años de actividad

Costes de prestación del servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	1.442,72 €	2.674,80 €	3.979,51 €	5.855,70 €	7.186,37 €
Mano de obra directa	38.801,00 €	39.965,03 €	41.163,98 €	42.563,56 €	43.925,59 €
Suministros y servicios exteriores	6.743,64 €	6.945,95 €	7.154,33 €	7.397,57 €	7.634,30 €
Subtotales	46.987,36 €	49.585,78 €	52.297,82 €	55.816,83 €	58.746,25 €
Amortizaciones	743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €
Costes totales	47.730,88 €	50.240,08 €	52.873,60 €	56.323,52 €	59.192,14 €

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING: DEFINICIÓN DEL MERCADO Y LA COMUNICACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y DE LAS ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN

La empresa se dedicará a la prestación de servicios a autónomos, microempresas y pequeñas empresas y es en estos colectivos a los que se centrarán las estrategias de mercado. Se intentará captar la atención mediante la oferta de servicios, que aunque puedan estar ya a disposición de los empresarios, esta empresa destacará en la calidad del servicio y conocimientos de este, el objetivo es captar su atención mediante una publicidad, intentando, a su vez, que el coste sea mínimo.

1.1. Mercado objetivo

PUNTOS FUERTES DEL PROYECTO

Estrategia de diferenciación a resaltar

- **Servicio:** Asesoría Fiscal y Contable para empresas y autónomos.
 - Gama: Se trata de la aptitud alta, media o baja según el tratamiento a los clientes.
 - Calidad: Al conocer donde fallan los competidores, destacaremos nuestros atributos, todo esto según el análisis realizado anteriormente.
 - Diseño: Se utilizará la estética en la presentación de toda la documentación, utilizando factores de marketing, así como la nuestra misma.
 - Duración: Esta dependerá del servicio contratado, se estipulará en el contrato de cada cliente.
 - Fiabilidad: La finalidad de los servicios es llevar la contabilidad de las empresas (así como otros servicios complementarios) de forma que queden satisfechas con dichas prestaciones.
 - Otros: Puntualidad, trato personal, atención, pulcritud, dedicación completa.
- **Servicios: Servicios contables**
 - Entrega: Se entregará cada documentación en los plazos convenidos (a quien le corresponda: mensual, trimestral, semestral o anual).
 - Garantía: Se garantiza una serie de servicios, los cuales no serán cobrados en caso de no realizar las competencias como se había convenido.

- Instalación: Los servicios contables no tienen instalación, pero sí se ofrece una serie de servicios complementarios los cuales sí pueden llevar una instalación, de la cual garantizamos satisfacción.
 - Asesoría: Asesoramiento en aquellos puntos de interés de cada cliente, adaptando las investigaciones en cada uno de los mercados.
 - Otros: Destacar los servicios complementarios que son ingeniería, abogacía e informática.
- **Precio:** Los precios serán en función de los servicios que se prestan, teniendo en cuenta las diferencias entre los clientes, así como la dificultad de cada uno, nunca sobrepasando el mercado actual.
 - **Personas:** Es un punto que destacamos ante la competencia.
 - Capacidad: En DICOAP tan sólo hay un puesto de trabajo, el resto se trata de colaboradores, siempre y cuando no sea necesario.
 - Amabilidad: Uno de los propósitos es destacar tal punto, ya que se ha de tener una gran atención ante los clientes y ésta habrá de llevar inagotable amabilidad.
 - Confianza: Con el tiempo se creará un ambiente de confianza entre los clientes y la empresa.
 - Comunicación: Será abundante.
 - Otros: Buena presencia, se trata de no solo ir adecuadamente vestida sino de una gran educación y un correcto comportamiento en todo momento.

1.2. Estrategias de comunicación

En la siguiente Tabla.5.1 se incluyen las estrategias de comunicación, en caso de que el mercado presente dificultades en los puntos que se especifican, ya que hoy en día hay muchas empresas que comunican sus propósitos de proyecto, pero sin una estrategia coherente ni definida.

Aprovechar el poder de la comunicación es básico en tiempos en los que la rentabilidad de las acciones es uno de los puntos principales que se miran a la hora de hacer marketing. Una estrategia de comunicación coherente debe definir el mensaje a transmitir, y asegurarse de que los medios seleccionados para esa transmisión son los adecuados, sean tanto medios online como offline. Se ha de conseguir que el mensaje sea el mismo, independientemente del medio o el soporte.

Tabla 5.1 Estrategias de comunicación

Si el mercado presenta dificultades en:	Acciones para aprovechar oportunidades que el mercado insatisfecho ofrece a sus empresa
Cientes insatisfechos	Se les ofrecerán de servicios de la empresa, captando su atención mediante un compromiso de mejora
Servicio deficiente	Se les mostrara que los servicios de DICOAP son completos, no careciendo de nada, incluso dándose numerosos servicios complementarios, los cuales con el tiempo aportarán buena imagen, en el mercado
Diferencias en el precio	Se ofrecen precios situados en la media del mercado
Comunicación errónea o inexistente	La comunicación es un punto que se destaca ya que es realmente importante en toda empresa, se mantendrá constante con el cliente y se le ofrecerá el servicio de exposición de resultados
Otros	Se trata de diferenciarse en el mercado, tanto en el trato al cliente como mejorando los servicios ofrecido por los competidores.

Fuente: Elaboración Propia

2. PLAN DE PUBLICIDAD

La estrategia de publicidad identificará las bases sobre las que se pretende que el consumidor contrate los servicios ofrecidos y no los de la competencia. Se otorgará una gran importancia al posicionamiento, es decir, a la manera que se pretende, queremos que el consumidor piense o sienta acerca de los servicios que se ofrecen.

2.1. Objetivos

- Informar y comunicar la apertura de una nueva empresa dando a conocer todos los servicios
- Lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores
- Asegurar que antes del primer contacto la empresa ya sea conocida
- Crear interés y curiosidad facilitando la entrada del servicio en el mercado
- Explicar nuevos usos y destacar la modificación o ampliación de los existentes, induciendo a los consumidores a modificar su comportamiento

2.2. Destinatarios

Los clientes potenciales, en los que se quiere poner mayor énfasis son todos los autónomos de la ciudad de Valencia, que se han visto en el estudio de mercado. Aunque no se desatienden las micro y pequeñas empresas.

2.3. Medios de comunicación en instrumentos

Los medios de comunicación e instrumentos que se utilizarán en la primera campaña serán:

- Páginas salmón de la Cámara de Comercio. Provincia de Valencia: Medio de amplia difusión, de edición actualizada, de fácil manejo y de reparto gratuito a empresas.
- Folletos: Es un sistema rápido, económico y se puede hacer en cualquier momento, su reparto se concentraría en las zonas empresariales y comerciales.
- Página web: Es un medio muy utilizado, actual, cómodo, rápido y no se concibe la inexistencia en la red de cualquier empresa que tenga o quiera conseguir prestigio.

En todos ellos figurará la portada del proyecto, el fin es destacar que la empresa está formada por una mujer, la cual dirige la empresa, realizando un resumen de los servicios, resaltando los puntos fuertes que arroja el estudio hasta el momento. Los medios en prensa y radio se descartan por el elevado coste de inversión de un anuncio y su poca permanencia en dicho medio.

- Campaña de mantenimiento

Se mantendrá la permanencia en las Páginas salmón de la Cámara de Comercio. Además se mantendrá la publicidad en las Páginas Amarillas, Edición Valencia, por ser un medio de amplia difusión, de edición anual actualizada de fácil manejo, al estar clasificado por actividades, de ser utilizado para necesidades urgentes y por ser conocido como medio informativo de servicios.

La página web se mantendría adaptada desde el principio como medio de comunicación constante con los clientes, pudiendo estos últimos, hacer todo tipo de consultas por esta vía a través de una dirección de correo, programada para el aviso de consultas nuevas en todo momento. Herramienta esencial, tanto para nuestra publicidad, como para nuestros clientes y para evitar desplazamientos, siendo requisito incorporar dirección de correo para mantener comunicación constante y facilitar cualquier tipo de consulta o envío de datos.

Las Tarjetas de visita, serán una constante, realizándose un número elevado de éstas, debido a la utilización en el trato cotidiano con los clientes, se dejarán como medio de contacto y como carta de presentación.

La publicidad en bolígrafos y calendarios de mesa, será repartida de forma constante a los clientes. Práctica muy extendida por casi todas las empresas y por esta razón es de interés realizar este tipo de publicidad, destacar que es más potencial el calendario porque se utiliza cotidianamente, es casi imprescindible su uso y nos recuerda visualmente nuestro cliente y los clientes de nuestros clientes, resultando un instrumento pasivo de captación.

Si el nivel de clientela es óptimo, sólo se mantendrán estos instrumentos de publicidad y de ampliación de la cartera, como medio recordatorio.

En la **Tabla 5.2.** Se agruparan los medios publicitarios y de comunicación elegidos y la permanencia durante el primer año, cada uno de ellos.

Los medios o canales publicitarios son los medios a través de los cuales se envían los mensajes publicitarios a los futuros clientes, es decir, son los medios a través de los cuales se publicitan los servicios. En el **Anexo 5.1.** se incluyen los modelos de publicidad diseñados.

Tabla 5.2 Periodos de tiempo acción publicitaria

<u>Campaña de Introducción</u>	
<i>Tipo de Instrumento</i>	<i>Estimación</i>
Páginas salmón Cámara de Comercio	Permanente
Reparto de folletos	2 meses (1 mes antes del comienzo de actividad)
Página web	Permanente
<u>Campaña de Mantenimiento</u>	
Páginas salmón Cámara de Comercio	Permanente
Páginas amarillas	Permanente
Página web	Permanente
Tarjeta de visita	Permanente
Bolígrafos	Permanente
Calendarios de sobremesa	Permanente

Fuente: Elaboración Propia

3. PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS

3.1. Objetivos

El objetivo es informar a los clientes durante toda la relación laboral con ellos, sobre todas aquellas posibles inversiones las cuales les pueden proporcionar beneficios, como administrar ciertas gestiones en las que podrían ahorrar dinero, así como todas aquellas ayudas o posibles subvenciones que puedan ser ventajosas para ellos.

En relación a los servicios del proyecto, se establecen los tipos de acciones promocionales más convenientes para apoyar la introducción en el mercado. Estas acciones promocionales tienen como objeto el interés hacia la empresa, mediante la promoción de los servicios ofertados.

Estas acciones generarán unos gastos, por lo que hacer una buena promoción e incentivar, dando un beneficio al destinatario, mediante los nuevos clientes, de tal manera que se recuperen los gastos de las promociones.

Las acciones promocionales serán:

- La presentación de tarjetas de la empresa
- Folletos descriptivos de nuestros servicios
- Algún cartel para situarlo en zonas comerciales
- Alguna más que se describen en otros puntos

Todo ello para poder aumentar la contratación de servicios en un espacio de tiempo corto. Además esta estrategia se crea una defensa ante la competencia, dando a conocer y acercando la empresa a los clientes.

3.2. Destinatarios

Los destinatarios son todas aquellas empresas a las que se dirigen los servicios (autónomos, micro y pequeñas empresas), las ventas están enfocadas, a todos aquellos que necesiten de nuestros servicios para captar su atención y provocar una decisión de puesta en contacto.

3.3. Instrumentos

Se crearán dos grupos en los que clasificar las promociones:

❖ Promociones materiales; donde se destacan ciertos puntos para la empresa:

- Los incentivos económicos; se puede incentivar a los clientes, a contratar servicios mediante la propuesta de revisar todas sus cuentas y proponiendo posibles opciones para ahorrar dinero en servicios, donde invertir, investigar aquellas ayudas o cualquier opción interesante para la empresa.
- Los descuentos; se harán a los buenos clientes y en la medida de lo posible.
- Los regalos; se realizarán regalos en fechas determinadas (Navidad, Semana Santa, incluso en fechas determinadas para la empresa, etc.)

❖ Promociones lúdicas; caracterizándonos en ellas mediante la presentación de ciertas aplicaciones:

- Los juegos de deporte promocionales; mediante búsqueda de promociones en ciertos juegos, en los que creamos interesante nuestra aparición como promotores, aquellos donde puedan intervenir posibles clientes de alguna manera. Pudiendo publicitar la empresa en los uniformes de los equipos.

4. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

4.1. Objetivo

Con el objetivo de llegar a un número elevado de clientes potenciales a través de un medio en auge, como es participando en algún complejo deportivo donde se realicen actividades que fomenten el deporte.

Por este medio conseguirá adquirir notoriedad y crear una actitud favorable hacia la empresa, además se cree que podría resultar llamativa nuestra imagen en este entorno.

4.2. Destinatarios

Los actos deportivos así como los complejos deportivos son grandes lugares de publicidad y de asistencia de un número elevado de personas de todo ámbito social, centro de reunión entre empresarios y directivos.

4.3. Instrumentos

Se utilizarán, los folletos depositados en la recepción del complejo deportivo Peñasol. Este complejo es muy visitado ya que dispone de pistas de tenis, squash, pádel, frontón, fútbol sala, etc., sería una forma de realizar relaciones públicas visitando el complejo para realizar algún deporte concreto.

En la **Tabla 5.3** se incluye la secuencia de acciones de publicidad, promociones y relaciones pública durante el primer año.

Tabla.5.3. Secuencia de acciones: publicidad, promoción y relaciones públicas durante el primer año

Instrumento	Publicidad	Promoción	Relaciones Públicas
Páginas salmón C.C.	Permanente		
Folletos	2 meses (1 mes antes del comienzo de actividad)		
Página web	Permanente		
Páginas amarillas	Permanente		
Tarjeta de visita	Permanente		
Bolígrafos	Permanente		
Calendario sobremesa	Permanente		
Incentivos económicos		Durante toda la relación con los clientes.	
Descuentos		Durante el segundo año, se mantendrán siempre mientras se observen beneficios.	
Regalos		Navidades, en fechas especiales para los clientes.	
Juegos promocionales		Durante todo el año.	
Complejo Peñasol			Cada 6 meses

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Costes de publicidad

4.4.1. Campaña de Introducción

Páginas salmón de la Cámara de Comercio: El anuncio tendría una medida de 41x41mm (base por altura) con la opción de poner el logotipo, para que un principio destaque más y se reconozca la empresa.

Folletos: Impresos en Offset, tamaño A4 doblado, con estampación en las 4 caras y en color. Distribución de 2.000 unidades en comercios y empresas de la zona centro, en polígonos de Valencia y alrededores. El reparto se hará un mes antes del comienzo de la actividad y durante el primer mes ya iniciada la actividad, la periodicidad será de un día a la semana.

- El coste que supondrá según proveedor consultado es de 235,62 €
- Resultado del reparto de folletos: $235,62/2.000= 0,11781$ € por folleto.

La página web: El diseño y la producción de esta, tendría un coste de unos 1.000 € aproximadamente, si se contratará externamente, no siendo el caso, al tener la posibilidad de que el coste sea 0 € por ejecución propia. El dominio de la página tendría un coste de 5 € mensuales.

4.4.2. Campaña de Mantenimiento

Páginas salmón de la Cámara de Comercio: El anuncio tendría una medida de 41x41 mm (base por altura) con la opción de poner el logotipo, para que un principio destaque más y se reconozca la empresa.

Páginas amarillas: Anuncio en un tamaño de 47x30 mm (base por altura) con la opción de poner el logotipo.

Página web: Utilizaremos esta herramienta como carta de presentación incorporando nuestra fotografía y un pequeño currículum, aprovechándola para mantener comunicación constante y facilitar cualquier tipo de consulta o envío de datos. El diseño y la producción de la página web tendría un coste 0 € por ejecución propia. El dominio de la página tendría un coste de 5 € mensuales.

Tarjeta de visita: Impresión digital a dos caras y en color. Encargaremos 4 cajas de 100 unidades cada una de ellas. El cometido de estas es utilizarlas en el contacto con nuestros clientes para que a través de ellos, exista la posibilidad de captar más clientes. Decidimos elevar algo nuestro presupuesto en su realización, al considerarlas como carta de presentación:

- El coste que supondrá según proveedor consultado será de 143.04 €

Bolígrafos y calendarios de sobremesa: Encargando 500 y 200 unidades

respectivamente siendo el coste de ambos según proveedor consultado de 234.20 €

4.5. Costes de promoción de ventas

Promociones materiales:

- Los descuentos:

Se harán descuentos a los clientes que realicen servicios por 3.000 € anuales, se realizará en base al cliente, pudiendo hacer hasta un 10% de descuento en las tarifas. Dos descuentos se realizarán a partir del segundo año.

- Los regalos:

Se realizarán obsequios en determinadas fechas, en Navidades obsequiaremos mediante una cesta (dependiendo del cliente). En posibles fechas destacadas para la empresa aniversario, patrona, santo, etc. Se les puede hacer un presente. Los presupuesto son de unos 400 €, pudiendo aumentar este en medida que aumenten los ingresos.

Promociones lúdicas:

- Los juegos promocionales:

Se pueden sortear entre los clientes viajes, cenas, incluso algún obsequio material. Pudiendo crear una lotería en la cual participan los clientes, teniendo más opciones aquellos a los que se les prestan más servicios, por tanto si tienes al año un servicio prestado por nuestra parte, tendrás menos posibilidades que aquel al que se le prestan de veinte a treinta servicios.

En los juegos sí que tendremos una serie de costes, los cuales podemos cubrirlos mediante un fondo, introduciendo en éste un porcentaje de los beneficios obtenidos a lo largo del año. Por ejemplo, el primer mes tenemos unos ingresos de unos 4.028,46 €, sin gastos, restaríamos los gastos correspondientes a dicho mes y sacando el 10 % de los beneficios de tal forma que el resultado iría al fondo para promociones. Dependiendo de los fondos que tengamos haremos promociones en base a éstos $4.028,46 - 600 = 3.428,46 * 10 \% = 342,846$ € para el próximo mes.

4.6. Costes de relaciones públicas

- Complejo Peñasol: Tras toma de contacto con la directora comercial del complejo, propone funcionar de la siguiente manera:

- Dejar una vez cada 6 meses folletos publicitarios que serán cuñados por la recepcionista
- En cada captación de cliente proveniente del completo entregaremos a éste el 10%
- Entregaremos 250 ejemplares cada 6 meses, coste total: 195,37 €

4.7. Resumen de costes

Cada empresa puede estructurar los costes que considere convenientes, sin que tengan que ser coincidentes las estructuras de dos empresas que realicen la misma actividad (se puede remarcar la plena libertad que tiene toda empresa de organizarse internamente como considere más adecuado).

En la **Tabla 5.4** se incluyen los costes previstos por meses, en un periodo de un año. El coste total sería de 9.400€, que podría modificarse en función de las necesidades de la empresa.

En la **Tabla 5.5** se describen los costes de publicidad, los de promoción de ventas y las relaciones pública. Todos estos costes son previsiones a cinco años (por totales anuales), estos pueden variar según las necesidades de la empresa.

Tabla 5.4 Cuadro-resumen de costes. Primer año (por meses).

Meses	Publicidad		Promoción de ventas	Relaciones públicas	Totales			
	Introducción	Mantenimiento						
Enero	117,81	Folletos	143,04	Tarj. Visita	(*)	3.847,69	Peñasol	1.500,05
	1.005,00	web	126,00	Bolígrafos	(*)			
			108,20	Calendarios	(*)			
Febrero	117,81	Folletos	5,00	web	(*)			122,81
Marzo			5,00	web	(*)			5,00
Abril			5,00	web	(*)			5,00
Mayo			5,00	web	(*)			5,00
Junio			5,00	web	(*)			5,00
Julio			5,00	web	(*)	3.847,69	Peñasol	3.852,69
Agosto			5,00	web	(*)			5,00
Septiembre			5,00	web	(*)			5,00
Octubre			5,00	web	(*)			5,00
Noviembre			5,00	web	(*)			5,00
Diciembre			5,00	web	(*)			5,00
TOTALES	1.240,62		432,24		(*)	7.695,37		9.368,23

(*) Los incentivos económicos, los descuentos, los regalos y los juegos promocionales; están descritos en el **Punto Costes de Promoción de Ventas**

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5.5 Costes Publicidad, Promoción Ventas y Relaciones Públicas. Cinco primeros años (por totales anuales).

Años	1	2	3	4	5	Totales
Publicidad	1.672,86	445,21	458,56	475,04	490,24	3.541,90
Promoción de ventas	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Relaciones públicas	7.695,37	7.926,23	8.164,02	8.466,09	8.737,00	40.988,71
TOTALES	9.368,23	8.371,44	8.622,58	8.941,12	9.227,24	44.530,61

(*) Los incentivos económicos, los descuentos, los regalos y los juegos promocionales; están descritos en el **Punto Costes de Promoción de Ventas**

Año	2	3	4	5
% incremento actualización IPC	3,0%	3,0%	3,7%	3,2%

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VI. PLAN DE MARKETING: DEFINICIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS. ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS

1. ORGANIZACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

Existen tres tipos de canales recorren los servicios en el proceso que les lleva desde la empresa productora hasta el usuario final, el canal directo, el canal corto y el canal largo.

La empresa se puede identificar con uno de ellos: El canal directo, este canal se justifica por ser una empresa que elabora servicios con un coste bajo y los presta directamente al cliente, se puede decir que se ejerce de representante de los colaboradores.

La valoración de los canales:

Se ha analizado diversos de aspectos para decidir que canal es el más adecuado para la empresa que se intenta crear:

- Segmento al que llega el servicio: Se sabe a quienes llegará el servicio, ya que son las empresas a las que nos dirigimos:
 - Puntos de venta; la oficina y en caso que el cliente lo requiera se acudirá donde el cliente lo comunique.
 - Reuniones con los clientes o representantes; en el caso de no disponer de suficiente espacio en la propia oficina, se alquilaría algún espacio apropiado o se realizaría la reunión en las instalaciones, de los clientes o representantes.
 - El lugar donde está ubicado el despacho; se trata de un despacho, dispuesto en un piso ubicado en Valencia, por la zona de Juan Llorens.
- Con los clientes y con los colaboradores: A los clientes se les prestan los servicios ofrecidos por la empresa. A los colaboradores se les asignan los estudios pertinentes.
- Verificación de que su imagen y estrategia coinciden con las de la empresa: Los canales tienen la imagen que corresponde con la empresa.
- Calidad de servicio ofrecido: La idea es diferenciarse en el mercado ante todo con el servicio que se ofrece y se intentará que el canal este del mismo modo diferenciado.
- Condiciones del acuerdo. Si la capacidad de negociación de las partes está descompensada, la más débil se puede ver perjudicada por:
 - Precios bajos; los precios de nuestros servicios son bajos y al ser un canal directo no afecta al consumidor final.

- Utilización de marca de distribuidor; no utilizamos mas marca que nuestra propia imagen.
- Aplazamiento del pago; los pagos se realizarán preferentemente al contado.

2. POLÍTICA DE PRECIOS

2.1. Método de fijación de precios

Se fijaran los precios aplicando los siguientes métodos de forma conjunta:

- Precio percibido por el mercado: Es el precio máximo que se puede establecer, ya que un precio superior al percibido, provocara que los clientes no estén dispuestos a pagar, por los servicios ofertados, y por tanto estarán fuera del mercado.
- Método basado en los costes y la rentabilidad exigida: Es el precio mínimo al que se debe vender para no tener pérdidas, a éste se le aplica un margen distinto a cada tipo de cliente, según las agrupaciones objeto del proyecto, para establecer el Precio de venta.
- Método basado en la competencia: Es el precio que como máximo se puede establecer.

2.2. Estrategias elegidas

Las estrategias para la fijación de los precios de los servicios ofertados son las siguientes:

- Estrategia de Penetración: Para entrar en el mercado se ofrecerán precios bajos para obtener una ventaja sobre la competencia, aunque sin bajarlos demasiado pues los empresarios dudarían de nuestra calidad.
- Estrategia de mantenimiento: cuando la empresa se consolide en el mercado se igualaran los precios a los de la competencia de forma que sea considerado como normal o habitual en el mercado.
- Estrategia de discriminación de precios: Los precios variarán en función del tamaño de empresa que contrate los servicios.
- Estrategia promocional: Se utilizarán en diversos momentos, se refiere a los descuentos y promociones detallados en el apartado 3.3 del Capítulo V.
- Estrategia de precios psicológicos: Precios acabados en número impar, se fijan los precios de cada uno de los servicios acabados en 5 o 9 para que se perciban como más bajos.

2.3. Lista de precios

Las tarifas para los clientes autónomos se incluyen en el **Anexo 6.1**. Donde se detallan la lista de precios y las tarifas para los clientes. A estas se les aplicarán los márgenes dependiendo del tamaño de empresa del cliente.

3. ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS

3.1. Red de ventas

Se analiza que estructura de ventas es la más adecuada para la empresa, para ello se analizan los siguientes puntos:

- La estructura de la red de ventas:
 - Geográfica; inicialmente los servicios serán ofertados a empresas situadas en la ciudad de Valencia. Aunque no se descartan empresas situadas fuera de la ciudad y, en tal caso, se adaptarán los servicios, como por ejemplo en aquellas empresas que estén situadas fuera de la zona geográfica y sea dificultoso el acercamiento asiduo, el trabajo se podrá realizar mediante métodos como el escáner de documentación y atención al cliente telefónicamente, correo electrónico, videoconferencia, etc.
 - Clientes; se tratará a los clientes atentamente y de forma individualizada.
- Responsables de la red de ventas:
 - El departamento de contabilidad, es el único que esta físicamente en la empresa durante la jornada laboral, y será el que se hará cargo de la captación y atención de clientes.
- Organización de las ventas de los servicios:
 - Por zonas; inicialmente se priorizará la captación de empresas de la zona centro de la ciudad de Valencia y sus alrededores.
 - Por clientes; se realizará una atención personalizada para cada uno, a cada cliente, lo que implica la adaptación a cada característica de los clientes.
 - Por servicios; hay una gran variedad, no pudiendo prescindir de ellos, ya que son necesarios para la empresa, de otra forma se corre el riesgo de perder clientes por no encontrar todos aquellos servicios, que le podrían ser necesarios. De forma que se ha de procurar estar al día en todos los servicios, destacando mediante los servicios que proporcionan los colaboradores.

- Remuneración y evaluación:
 - Tipo de remuneración; la remuneración salarial será el salario mínimo interprofesional, y al finalizar el ejercicio se realizarán al reparto de dividendos, en caso que los haya.
 - Sistemas de evaluación de los vendedores; Inicialmente la empresa sólo constará de un trabajador, y no se realizará ningún sistema de evaluación. Pero se tendrá en cuenta su actividad y eficacia. En caso de que se contratara algún trabajador más se seleccionarán los métodos de valoración a los trabajadores.

3.2. Previsiones de ventas

Las ventas mensuales del primer año se incluyen en las tablas: Donde se puede ver el programa de producción, así como los volúmenes y fechas de producción, del Capítulo IV. Y los cuadros-resumen de ventas: En la misma zona en la que se encuentra el punto anterior, podemos encontrar también estos dos puntos (en cantidades y en valor monetario) que vienen a continuación. Los cuadros resumen describen mensualmente el importe de cada servicio, la cantidad de servicios que se realizan por empresa mensualmente, trimestralmente y anualmente, así como el número de empresas que tendrán contratado el servicio. Aun cuando no se especifica por separado como indica el punto anterior no se cree que sea necesario modificar los datos ya puestos, ya que son sobradamente completos. Todo se encuentra en las **Tablas 4.4**. Del programa de producción, del Capítulo IV.

Las ventas anuales de los cinco primeros años: Al igual que se ha comentado en los puntos anteriores, en estos cuadros se describen tanto los ingresos que se obtendrán por parte de los servicios que ofrecemos, como aquellos que proporcionarían los colaboradores, este se encuentra en la **Tabla 4.5**. Programa de producción, del Capítulo IV.

4. RECURSOS NECESARIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN Y LAS VENTAS

4.1. Inversión en fijo

La inversión en fijo detallada en el punto 5.1 de la Fase V, no se incrementará, ya que para la distribución y venta de servicios únicamente se necesitara transporte, e inicialmente, no se invertirá, siendo que la alumna dispone de vehículo propio.

4.2. Recursos humanos

Cuando la empresa tenga suficientes clientes para contratar a una persona como auxiliar administrativo, una de sus funciones será recoger la documentación a los clientes, ya que es

precisamente este aspecto es uno de los valores añadidos que marca la diferencia con los competidores.

En la **Tabla 6.1** se detallan los costes laborales de la empresa según los departamentos. Estos costes son los sueldos anuales por 12.000 € de salarios, más 3.700 € para gastos y dietas, más 3.300 € en gastos de seguridad social a cargo de la empresa. Estos costes pueden variar según las necesidades de la empresa.

Tabla 6.1 Costes laborales contratados

Departamentos.	Número de trabajadores.	Remuneraciones anuales por trabajador (sueldos+pluses).	Remuneraciones totales anuales por categoría.	Seguridad Social a cargo de la empresa.	Total costes laborales anuales.
Contabilidad	1	15.700 €	12.000 €	3.300 €	19.500 €
BORADORES DE LA EMPRESA					
Derecho	1	El precio por servicio del colaborador será según el mercado (el 20% de este será para la empresa, DICOAP)			
Ingeniería	1	El precio por servicio del colaborador será según el mercado (el 10% de este será para la empresa DICOAP)			
Informática	1				
Total	4				

Fuente: Elaboración propia

4.3. Suministros y servicios exteriores

Los gastos de suministros como son la luz, el teléfono, el transporte, los gastos de representación y el material de oficina, así como los servicios de publicidad y el seguro de responsabilidad civil se imputarán en el ejercicio correspondiente. La parte correspondiente al ejercicio posterior se periodificará. Se tendrá en cuenta la parte de gasto pagada en el ejercicio anterior y que se tendrá contabilizada en cuentas de periodificación. En la **Tabla 6.2** se incluye el gasto de los suministros y servicios exteriores de un año natural.

Se contabilizarán en los gastos no deducibles fiscalmente, así como las posibles sanciones, liberalidades, donativos, etc., que pueden hacer modificaciones con el impuesto de sociedades es conveniente tenerlos localizados en una cuenta separada para así facilitar la confección del impuesto de sociedades.

Tabla 6.2 Suministros y servicios exteriores.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07
Teléfono	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90
Transporte	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Gtos. Representación	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Consumibles (Mat. Of.)	962,02	0,00	0,00	0,00	318,58	0,00	0,00	0,00	318,58	0,00	0,00	0,00
Publicidad	1.500,05	122,81	5,00	5,00	5,00	5,00	3.852,69	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Seguro Resp. Civil	580,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total mensual	3.604,04	684,78	566,97	566,97	885,55	566,97	4.414,66	566,97	885,55	566,97	566,97	566,97
Total anual	14.443,37											

Fuente: Elaboración propia

5. PRESUPUESTOS DE COSTES

Los servicios de distribución y ventas no conllevan ningún tipo de inversión y amortización del activo fijo, así como tampoco, incrementan los costes mensuales, ya que estos servicios se incluyen en el salario pagado al trabajador de la empresa.

CAPÍTULO VII IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y DE LOS PRODUCTOS. LA LOCALIZACIÓN Y LOS GASTOS GENERALES

En este capítulo se analizan las ventajas e inconvenientes de cada una de las formas jurídicas para constituir la empresa y la solución finalmente planteada como más adecuada.

1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

Una vez analizada la actividad económica y financiera del proyecto empresarial y su viabilidad, es necesario elegir cuál va a ser la forma jurídica que adoptará la empresa para llevar a cabo dicha actividad.

Las formas jurídicas a las que podemos optar son las siguientes:

- Persona Físicas: Empresario Individual, Comunidad de Bienes.
- Personas Jurídicas: Sociedad Limitada Nueva Empresa S.L.N.E; Sociedad Limitada.

1.1 Criterios seguidos para su elección

Los aspectos generales a tener en cuenta para determinar la forma jurídica más adecuada son:

- Tipo de actividad a ejercer: la actividad que vaya a desarrollar la empresa puede condicionar la elección de la forma jurídica en aquellos casos en que en la normativa aplicable se establezca una forma concreta. En el caso de la empresa propuesta no es necesario tener una forma concreta para ejercer la actividad propuesta.
- Número de promotores: el número de personas que intervengan en el lanzamiento de una nueva empresa puede condicionar la elección. Así, cuando sean varios los promotores lo aconsejable sería constituir una Comunidad de Bienes o una Sociedad (sin olvidar que las Sociedades Anónimas y la de Responsabilidad Limitada pueden ser unipersonales). En el caso de la empresa propuesta tan sólo habría un único promotor.
- Responsabilidad de los promotores: en función de las responsabilidades que el promotor o promotores estén dispuestos a asumir en el desarrollo del proyecto empresarial, se optará por una u otra forma jurídica. La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado (sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, etc.) o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio mercantil como al civil (empresario individual, sociedad colectiva, etc.).
- Necesidades económicas del proyecto: la dimensión económica del proyecto a desarrollar influye en la elección, porque para constituir determinadas sociedades se exige un capital mínimo. El cual en la empresa propuesta no afecta.

- Aspectos fiscales: los resultados previstos en el ejercicio de la actividad empresarial y la contribución fiscal que por los mismos se haya de efectuar. Por ello, habrá que estudiar detalladamente los costes fiscales que la empresa habrá de soportar, teniendo en cuenta que las sociedades tributan a través del Impuesto sobre Sociedades, las Comunidades de Bienes en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas de cada uno de sus comuneros integrantes, y que los empresarios individuales lo hacen también, a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, en el que el tipo impositivo va elevándose según van incrementándose los beneficios.

Tras estudiar las posibilidades que tiene la empresa propuesta, a la hora de desarrollar la actividad económica empresarial, se decide utilizar la forma jurídica de empresario individual (también llamado "persona física"), o bien, la forma jurídica de empresario social (también llamado "persona jurídica").

- Definición:

Persona física que ejercita habitualmente y en nombre propio, por sí o por medio de representantes, una actividad constitutiva de empresa (comercial, industrial o profesional). Esta forma jurídica es la que habitualmente corresponde a los autónomos.

- Características:

Tabla 7.1. Características de la forma jurídica

Nº de Socios	Capital	Responsabilidad	Fiscalidad Directa	Formalidades de Constitución
1	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF	Ninguna

Fuente: Elaboración propia

- Trámites:

Hay que estar en posesión del DNI (No requiere ningún trámite especial). Legalmente toda persona que vaya a ejercer como autónomo deberá presentar una declaración censal donde se dé de alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. Para llevar a cabo este trámite, tendremos que rellenar el modelo 036 ó 037. Básicamente ambos modelos son lo mismo, la única diferencia es que el modelo 037 es la versión simplificada del 036.

En el modelo 036 ó 037, básicamente lo que se le dice a Hacienda es un "Hola estoy aquí", y por lo general en el modelo en el que se da de alta se suele comunicar lo siguiente:

- La Actividad en la que se va a dar de alta, especificando la actividad profesional.
- Dirección del local donde se desarrolla la actividad.
- Obligaciones tributarias, como son por ejemplo los modelos; modelo 130 (Pago fraccionado. Empresarios y profesionales en Estimación Directa. Declaración–Liquidación), se trata de un “adelanto del IRPF”; modelo 131 (IRPF. Empresarios y profesionales en Estimación Objetiva. Pago fraccionado); modelo 303 (Impuesto sobre el Valor Añadido. Autoliquidación. IVA), o el modelo 111 (Retenciones e ingresos a cuenta. Rendimientos del trabajo y de actividades económicas, premios y determinadas ganancias patrimoniales e imputaciones de Renta. Autoliquidación), en caso de que se contratase algún trabajador.

Plazo de presentación: se ha de presentar con anterioridad al comienzo efectivo de las actividades empresariales o profesionales. A efectos del Reglamento, se entenderá producido el comienzo de una actividad empresarial o profesional desde el momento que se realicen cualesquiera entregas, prestaciones o adquisiciones de bienes y servicios, se efectúen cobros o pagos o se contrate personal laboral, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios.

Lugar de presentación: Podrá presentarse en impreso en la Administración o, en su defecto, Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria correspondiente al domicilio fiscal. Este modelo, además, se podrá presentar por vía telemática a través de Internet en la Agencia Tributaria.

El modelo 036 ó 037, es un modelo básico a la hora de darnos de alta en la actividad y que puede marcar nuestra relación con Hacienda por lo que es importante rellenarlo correctamente

1.2 Ventajas e incentivos que pueden obtenerse

El mejor criterio para elegir entre una u otra forma jurídica es aquel que se apoya en la responsabilidad. Ser empresario exige ejercer profesionalmente y en nombre propio la actividad necesaria para proporcionar los bienes y servicios al mercado.

En el transcurso de esa actividad, el empresario se relaciona con terceras personas como son, entre otros, los clientes y los proveedores. Fruto de esas relaciones nacen distintas obligaciones, como son el pago del dinero a los proveedores o la entrega del bien o servicio a los clientes.

Además de estas obligaciones, que nacen de un contrato (obligaciones contractuales) existen otras obligaciones que no emanan de un contrato: son las llamadas "extracontractuales", por ejemplo, cuando un empresario no respeta las normas relativas a la competencia, cometiendo

actos de competencia ilícita o desleal frente a otros empresarios.

En definitiva, todo empresario debe responder de las consecuencias producidas por los actos nacidos de un contrato, así como también de aquéllas que nacen de una relación extracontractual en el ámbito de la actividad empresarial. El empresario asume de este modo su responsabilidad en sentido jurídico y el riesgo de la operación en sentido económico.

Directamente relacionados con la responsabilidad están los bienes con los que el empresario hace frente a esa responsabilidad, pues todo empresario individual y social, en cuanto que es deudor, responderá con la totalidad de sus bienes presentes y futuros.

Distinguiremos el caso de empresario individual de las figuras societarias, planteando de modo sucinto las principales ventajas e inconvenientes de uno y otro, siendo ésta la fórmula jurídica que se utilizará para esta empresa.

Lógicamente, el margen de actuación y la libertad en la toma de decisiones es absoluta en los casos del Empresario Individual y las sociedades unipersonales. En el extremo opuesto estarían las sociedades mercantiles personalistas, en las que no se decide en función del capital social que se tenga, sino que cada persona representa un voto.

El empresario individual responde ilimitadamente con todos sus bienes presentes y futuros, estén o no sujetos a la actividad empresarial, es decir, sin distinguir el patrimonio (formado por bienes, derechos y obligaciones) mercantil del civil. Este sería nuestro caso, por lo que hay que tener muy en cuenta todo ello.

En el caso del empresario social, también este responde con sus bienes presentes y futuros, con todo su patrimonio, no obstante los socios no responden personalmente sino que es la sociedad la que responde con su propio patrimonio (llamado "patrimonio social" distinto del patrimonio personal de cada uno de los socios que forman parte de ella).

La empresa propuesta se sabrá en un empresario individual, y hay que tener en cuenta los siguientes requisitos para adquirir la condición de empresario o comerciante:

- Capacidad: tendrán capacidad legal para el ejercicio habitual del comercio los mayores de edad que puedan libremente disponer de sus bienes, sin estar afectados por ninguna prohibición. De este modo, los menores de edad y los incapacitados no pueden ejercer una actividad empresarial salvo en un supuesto: en el caso de transmisión mortis causa (por ejemplo en caso de fallecimiento de sus padres), donde el menor o incapacitado podrá continuar el comercio iniciado por sus padres o causantes, auxiliado por sus guardadores.
- Ejercicio habitual y continuo: se debe entender como el ejercicio de la actividad empresarial continuada como profesión con ánimo de lucro o ganancia.

- Ejercicio en nombre propio: todas las actuaciones del empresario han de realizarse en nombre propio.
- La responsabilidad: es la regla general del empresario con todos sus bienes presentes y futuros. No obstante, hay que diferenciar cuál es la situación de sus bienes si se trata de un empresario que es persona casada. Distinguimos tres tipos de bienes:
 - a) Bienes propios del comerciante y los adquiridos como consecuencia de la actividad empresarial. Estos bienes pueden ser vendidos, gravados (por ejemplo hipotecados) sin necesidad de que el cónyuge esté de acuerdo.
 - b) Bienes gananciales del matrimonio: para que estos bienes queden sujetos a la actividad empresarial, es necesario que el cónyuge del comerciante preste su consentimiento, es decir, esté de acuerdo, algo que puede ocurrir de modo expreso o presunto. El consentimiento será presunto cuando, sabiendo el cónyuge no comerciante que su cónyuge comerciante desarrolla una actividad empresarial, no se oponga expresamente a ello, así como también, cuando en el momento de contraer matrimonio, el comerciante ejercitara esa actividad empresarial y la continuase después sin oposición expresa.
 - c) Bienes propios del cónyuge no comerciante: se exige su consentimiento ya sea presunto o expreso. Tanto el consentimiento como la oposición a que los bienes queden sujetos a la actividad empresarial o la revocación (cuando habiéndose prestado consentimiento el cónyuge no comerciante decide no mantenerlo) deben producirse en escritura pública e inscribirse en el Registro Mercantil para que cualquier persona que lo consulte pueda saber qué bienes puede perseguir.
 - d) En el caso de la revocación, no podrán aceptar nunca derechos que terceras personas hayan adquirido con anterioridad a la inscripción registral de la revocación.

Para el empresario individual, la inscripción en el Registro Mercantil es potestativa, no obligatoria, a diferencia de lo que ocurre con la figura del naviero (empresario marítimo) al cual, por el riesgo que entraña la actividad empresarial a la que se dedica, se le exige la inscripción registral para limitar la responsabilidad que su actividad pueda generar.

Durante el ejercicio contable todo empresario está obligado a llevar un libro de inventarios y cuentas anuales, y un diario, y además se tributará el I.R.P.F.

Las principales ventajas del empresario individual:

- No está sometido a muchos trámites de constitución
- No es obligatorio inscribirse en Registro Mercantil
- No se exige capital mínimo inicial, lo que resulta especialmente atractivo para aquellos emprendedores que cuenten con pocos medios para empezar su negocio y prevean un beneficio neto anual inferior a los 45.000 €
- No es necesario contar con la participación de socios
- Tributa según ganancias

Las principales desventajas del empresario individual:

- Recae sobre el empresario todo el riesgo que pueda conllevar el negocio
- El empresario responde con el patrimonio del negocio y el propio (si no tiene separación de bienes, la responsabilidad se extiende al cónyuge)

2. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La identificación de la empresa es un momento clave para iniciar la empresa. El nombre será nuestro signo distintivo.

Las denominaciones sociales son para la empresa la tarjeta de presentación. Para el empresario individual o autónomo, conviene dar seriedad e imagen a la actividad.

2.1 Elección de la denominación de la empresa

El empresario autónomo puede registrar un nombre comercial para su actividad, siendo más adecuado que denominarla con su nombre y apellidos. Este nombre dará idea del trabajo que desarrolla y transmitirá profesionalidad, seriedad y los valores de la actividad, además de configurar una imagen de marca que sea reconocida de manera más sencilla que a través del nombre propio del autónomo.

En las comunicaciones, facturas y demás se podrá consignar el nombre convenientemente registrado. Para registrarlo, hay que acudir a la oficina de patentes y marcas.

El nombre de la empresa se realiza en el registro mercantil. En la práctica se da el problema de que existen muchos nombres parecidos, por lo que sería conveniente buscar uno que no sea excesivamente sencillo. Lo mejor es que, cuando vaya a solicitar la certificación negativa del nombre, se acuda al registro con varias alternativas, pues es probable que los nombres que se hayan pensado estén ya registrados por otras empresas ya en marcha o reservados.

DICOAP es el nombre elegido para este proyecto:

Derecho, **D**irección

Ingeniería

Contabilidad

Organización

Administración

Proyectos

Si el nombre de la futura empresa ya existiera, esto se puede salvar fácilmente si añades a continuación del nombre escogido alguna o algunas expresiones numéricas.

Aunque de esta forma la denominación se hace en ocasiones demasiado extensa, esto no supone ningún obstáculo porque siempre se podría utilizar el anagrama (un dibujo con letras o letras que conforman un dibujo).

2.2 Elección del logotipo, signos y símbolos representativos

El logotipo seleccionado está compuesto de un fondo de documentos derivados de la contabilidad, a su vez podemos observar la silueta del rostro de una mujer hablando por teléfono y para finalizar a la izquierda nuestra denominación, DICOAP. Todo esto representa el equilibrio en una empresa, la estabilidad, todo ello a través de la representación de una mujer.

Por último el logotipo contiene el nombre de nuestra empresa y servicios, y se ha puesto en un tono cálido representando la cercanía, el acogimiento y el confort.

Se ha hecho todo este conjunto de imágenes para que al identificarlo, rápidamente se asocie con la empresa.

2.3 Dibujo de los modelos del logotipo y símbolos representativos de la empresa

El logotipo (logo) es un gráfico que sirve para identificar a una entidad, empresa, marca, etc. El logotipo como parte de la identidad visual de una empresa se puede decir que es representación tipográfica del nombre de la marca.

Se pueden diferenciar 2 partes:

- El Icono, es el símbolo visual gráfico

Figura 7.1 Icono DICOAP



Fuente: Elaboración Propia

- El Nombre, es la representación fonética de la marca.

Figura 7.2 Representación fonética DICOAP



Fuente: Elaboración Propia

3. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Lo primero que tiene que establecer un Empresario son las actividades que desarrolla en función de la misión que tendrá encomendada su empresa. En nuestro caso se han descrito todos los servicios en el Capítulo IV, en las **Tablas 4.4**.

Para conseguir una mejora en los servicios que se prestan, la empresa deberá conocer con detalle los servicios que se ofrecen y quiénes son los clientes que los “consumen”. Esto nos permitirá delimitar claramente los distintos tipos de clientes y diseñarles los servicios correspondientes de forma que satisfagan sus necesidades y expectativas.

3.1 Establecimiento de marcas propias.

Las marcas propias son una alternativa a un posicionamiento agresivo de precios para crear una ventaja diferencial sustentable. La mayor ventaja para los minoristas es la creación de sus propias marcas. En caso de DICOAP, es su nombre su único distintivo, no proveemos de un bien

tangible sino de un servicio, por lo que no se van a destacar más marcas que el ya mencionado nombre, el cual otorga una imagen de seriedad y prestigio. El diseño de la imagen está destinado a potenciar los rasgos de identidad de la empresa y a transformarlos en “valores de mercado”.

3.2 Dibujo de los logotipos y símbolos representativos de las marcas

El principal activo de imagen pública de una empresa es la calidad de su producto y su servicio. No obstante, las nuevas circunstancias en que se realiza la comunicación social generan la necesidad de controlar los elementos que inciden en el protagonismo público de la empresa.

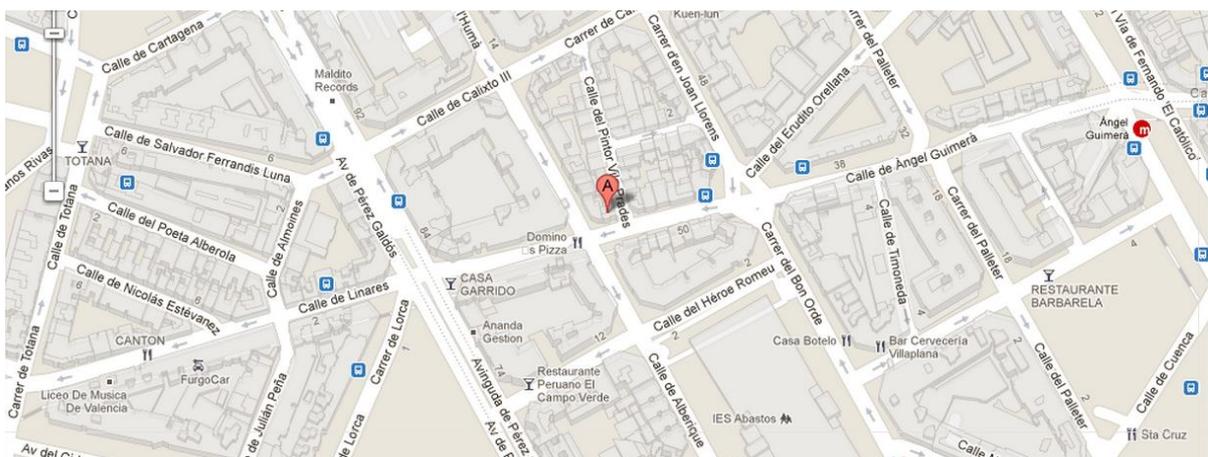
4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización de los recursos e instalaciones de una empresa es una decisión estratégica que determina la relación coste-servicio de los servicios a nivel global. A continuación se determina la localización y el tamaño del despacho en el que se trabajará mayoritariamente con la documentación.

4.1 Necesidades de espacios, infraestructuras y ubicación

La empresa estará situada en la C/ Ángel Guimerá, zona Juan Llorens, en la localidad de Valencia. Se encuentra en una zona céntrica, cerca de la comisaría de Abastos, de los principales bancos, de la casa de la cultura, de la Iglesia de la Asunción, del Jardín de los Tamborileros, el futuro museo, etc.

Figura 7.3 Mapa localización de la empresa



Fuente: maps.google.es

El despacho está situado en la misma residencia de la alumna promotora, ya que esta situado en un primero y se adapta a las necesidades de la futura empresa, separando el despacho de la zona de residencia.

4.2 Localización de la empresa y régimen de utilización de los locales, terrenos o edificios

El despacho de la empresa está situado en un piso particular (residencia de la alumna promotora), el cual ha sido adaptado para tal fin, gracias a su amplitud y buena situación, tanto en el piso como en la zona de la ciudad de Valencia donde se encuentra. Está situado en un primer piso y se ha separado el despacho de la zona de residencia.

No es necesario en principio, más locales, terrenos ni edificios ya que se trata de una pequeña empresa. La principal forma de atender a los clientes será la atención en su propia empresa, esta forma de atención es excepcional y poco frecuente en las empresas que ofrecen nuestros servicios, es una de las deficiencias por las que se quejan los empresarios. De esta forma nos ahorramos la creación de una oficina en una zona comercial la cual supondría un gasto considerable para la empresa.

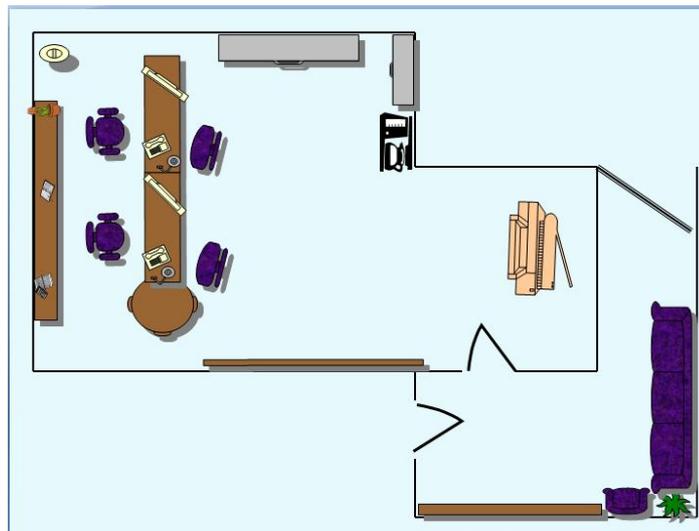
La forma de utilización de la oficina será principalmente para el trámite de la documentación de los servicios que se ofrecen, se harán en algunas ocasiones encuentros con los clientes la oficina, pero normalmente se procurará que se realicen los encuentros en la empresa que nos contrata, proporcionando un trato más directo y evitando que los empresarios se desplacen, de forma que obtienen un trato personal por parte de la alumna promotora y los colaboradores.

La mayoría de clientes prefieren no tener que desplazarse por tanto, se realizaran reuniones con los clientes, que se realizarán en las empresas o clientes en salas contratadas para tal fin.

4.3 Planos de los locales, terrenos o edificios

La **Figura 7.4** consiste en el diseño interior de un despacho de diseño de interior comercial y diseño de imagen. En este despacho se desarrollarán la mayor parte de actividades, por lo tanto se ha pensado en una distribución funcional del espacio. Está pensado para trabajar con la colaboración de 3 personas, en caso de colaboración directa con alguno de los colaboradores, es muy importante tomar en cuenta las zonas comunes para maximizar el espacio. Otro punto importante es que deberá ser un espacio muy ordenado y limpio que pueda separar las dos actividades pero que las integre en un área común, en caso de necesidad se podría convertir en una sala de juntas en donde se puedan desarrollar reuniones. El estilo en la decoración será adecuado para comunicar a los clientes los servicios ofrecidos y debe ser acorde con la esencia de la Empresa.

Figura 7.4 Plano del local



Fuente: Elaboración Propia

5. LA ADMINISTRACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES DE LA EMPRESA

La administración de las sociedades se estructura de manera piramidal, en cuya base se asienta el órgano supremo de la sociedad, la Junta General de Accionistas, la cual, reunida con las formalidades que exige la ley, debe tomar las grandes decisiones que atañen a la sociedad. Este no es el caso de DICOAP, ya que se trata de una empresa unipersonal, la cual depende totalmente del promotor, las decisiones, así como todo aquello que incumba a la empresa, serán tomadas por la misma persona.

5.1 Organización de la administración: los administradores y el departamento administrativo

Las funciones administrativas así como las tareas de estas en principio, se realizan por cuenta propia, si en algún momento se cree que es necesaria la contratación de trabajadores sería por el gran volumen de trabajo y en ese caso se planteará llegado el momento.

Las tareas de administración de la oficina, las relaciones con clientes, las salidas a reuniones y encuentros con los clientes las realiza el promotor. Desde la administración de la oficina, realización de cuentas y organización de la documentación de los clientes.

La tramitación de los servicios. Se realizará siguiendo un *planning*, que se realizará a comienzo de semana, se dispondrá de una agenda PDA. Para la comunicación en todo momento tanto con los clientes como con los colaboradores, pudiendo modificar reuniones, rutas, horarios, transmitirnos información en el momento.

5.2 Organización de los servicios generales: limpieza, vigilancia, seguridad, etc.

Teniendo en cuenta que el despacho está situado en un piso particular y el cual no es extenso sino lo suficientemente grande para trabajar en él, atendiendo algunos clientes, no más de seis personas. Los servicios de la oficina son inexistentes ya que será el promotor la que mantendría cada día la oficina.

En el tema de vigilancia y seguridad no se ha pensado en la contratación de ninguna empresa especializada. Si en algún momento la empresa prosperara de una forma enaltecida, se cambiaría la ubicación, de forma que se ampliarían las oficinas y ya se estudiaría la contratación de personal para la limpieza así como sistemas de seguridad, ya que no es necesaria la contratación de vigilancia, para ello tendría que ser una ampliación imponente.

5.3 Necesidades de recursos

Los recursos necesarios tanto tecnológicos, financieros y humanos se describen en las tablas siguientes en informática como en la oficina, mediante las que se compone nuestra actividad, hay que observar los siguientes **Tabla 7.2.** y **Tabla 7.3.**

Tabla 7.2 Inversiones en inmovilizado. Informática

INFORMÁTICO

Concepto	Marca	Ctdad.	Precio Un.	Precio Total
Ordenador completo		1	0	0,00
Ordenador portatil	Dell	2	845	1.690,00
Teclado + ratón inalámbrico		2	25	50,00
Impresora, fotocop., fax, escaner		1	322	322,00
Software (Contaplus)		4	16	64,00
Toner tinta impresoras color		2	50	100,00
Sai		2	67,5	135,00
CDs	Caj. 50 Un	2	19	38,00
Qtek s110		2	359,5	719,00
Lápiz 256 MB (Memori Stick)		2	18,5	37,00
			Total	3.155,00

Proveedor: Dell, App Informática y Dr. Pc

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.3 Inversiones en inmovilizado. Oficina

MOBILIARIO OFICINA

Mesas		2		550,00
Aparato aire acondic./bomba calor		1	700	700,00
Separador		1	50	50,00
Sillas		2	208	416,00
Sillones		2	272	544,00
Flexos		2	49	98,00
Cajoneras		2	118	236,00
Mampara divisoria		1	360	360,00
Estantería		1	249	249,00
Armario		1	310	310,00
Bandejas selección	1 caja 10 un	1	19,4	19,40
Perchero		1	55	55,00
			Total	3.587,40

Proveedor: Ofidirecta y Domus

Fuente: Elaboración propia

En la parte de recursos humanos y organizacionales hay que tener en cuenta que el único personal en DICOAP es el promotor, la cual desempeñará las funciones de la empresa. No es necesaria la contratación de más personal, ya que en un primer momento, hasta que no se llegue a una entrada de grandes beneficios y a que el trabajo sea demasiado abundante para desempeñarlo sola no se contratará ningún trabajador.

Los Servicios exteriores están compuestos por seguros y servicios generales. El promotor tendrá un seguro de responsabilidad civil, con un coste anual de 580 €.

6. DETERMINACIÓN DE LOS COSTES

Para la determinación de los costes hay que saber diferenciar entre tres grupos de costes:

- Costo Fijo: Es el costo que no varía a pesar de que cambie el Volumen de Producción, el alquiler sería uno de ellos.
- Costo Variable: Es el costo que sí varía con el cambio del volumen de producción, los libros contables pertenecen a este grupo.
- Costos Mixtos: Un mismo costo puede contener una parte fija y otra variable, como es el recibo de teléfono.

6.1 Gastos e impuestos inherentes a la constitución y al registro de la empresa

En términos generales hay que evaluar si con el volumen de ingresos que se espera obtener por cuenta propia, se podrá cubrir los gastos ordinarios de nuestro negocio (aquellos relacionados con la actividad, más otro tipo de gastos como pueden ser el IAE o el pago de la Seguridad Social de Autónomos). Una vez que se resten ingresos y gastos obtendremos un beneficio. Sobre ese

beneficio tendremos que pagar a Hacienda un porcentaje en concepto de IRPF.

El pago a la Seguridad Social depende de la base y el porcentaje de tributación que elija, el Impuesto de actividades económicas depende del tipo de epígrafe en el que se centre nuestra actividad, los pagos a Hacienda dependen del volumen de beneficios que genere este negocio y los gastos ordinarios dependerán de las características de los gastos o de los suministros.

Como se puede ver a continuación, no existen cuantías fijas con las que te podamos responder. Al margen de ello, siempre tendrán que tener en cuenta:

- IAE - Impuesto de Actividades Económicas del Ayuntamiento (pago semestral)
- Declaraciones trimestrales de IRPF - Relativas al beneficio de la empresa
- Declaraciones trimestrales de IVA - Relativas al IVA
- Pagos mensuales a la Seguridad Social - Cuota de Autónomos

6.2 Cuadro de inversión y amortización del activo fijo

Esta inversión es importante porque es la que nos permitirá iniciar la actividad, teniendo en cuenta los costos de producción de nuestros servicios, gastos administrativos y gastos de representación. Todos ellos en su conjunto serán nuestro capital de trabajo.

A continuación se presenta un cuadro detallado del capital de trabajo necesario para dar comienzo a DICOAP.

Tabla 7.4 AMORTIZACIÓN lineal a 5 años, (20%)

Concepto	Unidades	Precio unit.	Importe total	Agrupación	Anual
Ordenador portatil	2	845,00 €	1.690,00 €		
Teclado + ratón inalámbrico	2	25,00 €	50,00 €	1.740,00 €	348,00 €
Impresora, fotocop., fax, escaner	1	322,00 €	322,00 €		
Otek s110	2	359,50 €	719,00 €	719,00 €	143,80 €
Mesas	2		550,00 €		
Separador	1	50,00 €	50,00 €		
Cajoneras	2	118,00 €	236,00 €	836,00 €	167,20 €
Aparato aire acondic./bomba calc	1	700,00 €	700,00 €	700,00 €	140,00 €
Sillas	2	208,00 €	416,00 €		
Sillones	2	272,00 €	544,00 €	960,00 €	192,00 €
Mampara divisoria	1	360,00 €	360,00 €		
Estanteria	1	249,00 €	249,00 €		
Armario	1	310,00 €	310,00 €	919,00 €	183,80 €
Total.....			6.196,00 €	6.196,00 €	1.174,80 €

Fuente: Elaboración propia

6.3 Gastos del personal de administración y servicios generales

Tabla 7.5 Gastos Generales

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	SUMAS	
Luz	108,00 €		108,00 €		108,00 €	54,00 €	108,00 €	0,00 €	72,00 €		108,00 €	54,00 €	720,00 €	3.995,00 € Gtos Fijos
Agua	12,00 €		24,00 €		24,00 €		24,00 €	0,00 €	24,00 €		24,00 €	12,00 €	144,00 €	27.310,00 € Gros Variabl
Teléfono	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	65,00 €	780,00 €	31.305,00 € Total Gastos
Locomoción	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	0,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	495,00 €	
Gtos. Representación	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €	
Material de oficina	243,00 €			100,00 €			100,00 €	0,00 €		100,00 €			543,00 €	
Publicidad	600,00 €	300,00 €		120,00 €			120,00 €	0,00 €			120,00 €	600,00 €	1.860,00 €	
Comisiones bancarias	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	180,00 €	
Sueldos y Salarios	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	18.492,00 €	
Cuota Seg. Social (autónomos)	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	5.400,00 €	
Gastos extraordinarios	20,00 €			20,00 €			20,00 €			20,00 €		140,00 €	220,00 €	
Amortizaciones													1.271,00 €	
Previsión pagos mensuales.....	3.199,00 €	2.516,00 €	2.348,00 €	2.456,00 €	2.348,00 €	2.270,00 €	2.588,00 €	2.171,00 €	2.312,00 €	2.336,00 €	2.468,00 €	3.022,00 €	31.305,00 €	

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Otros gastos generales

Mensualmente se realizará el pago de la cuota de autónomo que ascenderá a unos 450€. A su vez hay que tener en cuenta que el día 20 del mes siguiente de cada trimestre es la fecha tope para presentar la Declaración de IVA trimestral a la Hacienda Pública. Para finalizar anualmente se realizará la declaración de Renta, el IRPF es un impuesto personal, que tienen en cuenta muchos elementos personales, por lo que es difícil determinar de manera genérica cuánto debe pagar un autónomo.

6.5 Cuadros-resumen de costes

Tabla 7.6 Cuadro de costes de los cinco primeros años.

ESCANDALLO DE COSTES A 5 AÑOS

Costes de prestación del servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	1.472,42 €	2.377,60 €	3.061,16 €	3.640,03 €	4.083,16 €
Mano de obra directa	17.700,00 €	18.231,00 €	18.777,93 €	19.416,38 €	20.037,70 €
Suministros y servicios exteriores	3.143,64 €	3.237,95 €	3.335,09 €	3.448,48 €	3.558,83 €
Subtotales	22.316,06 €	23.846,55 €	25.174,18 €	26.504,89 €	27.679,70 €
Amortizaciones	743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €
Cuota Autónomo	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €
Pago Trimestral IVA	11.698,42 €	20.574,81 €	30.862,21 €	43.374,89 €	51.949,19 €
Costes totales	40.158,00 €	50.475,65 €	62.012,17 €	75.786,47 €	85.474,77 €
Beneficios Brutos Previstos	55.706,78 €	97.975,27 €	146.962,90 €	206.547,08 €	247.377,08 €
Beneficios Netos Totales	15.548,78 €	47.499,61 €	84.950,73 €	130.760,62 €	161.902,31 €

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES FINALES

1. CONCLUSIONES TFC

El Plan de Empresa realizado se ha generado a través de una serie de Planes de Acción a corto y medio plazo que, en base a los análisis realizados, han permitido medir la validez y adecuación del trabajo realizado y reflejado en el presente Trabajo Fin de Carrera.

El objetivo de este TFC ha sido crear una empresa especializada en servicios integrados. La idea elegida surge tras la realización de prácticas en la Consellería de Gobernación de Alicante, después de observar la falta de información de la que disponen algunos empresarios a la hora de tramitar la documentación en la administración y del desconocimiento que, en muchos casos, se tiene sobre sus derechos o sus deberes.

La empresa está situada en el centro de Valencia Capital, proporcionando cercanía al mercado objetivo, que se encuentra en Valencia.

El análisis sobre las últimas tendencias de la economía, así como el estudio realizado sobre el crecimiento en los dos últimos años del número de autónomos, micro empresas y pymes, lleva a la conclusión de la posible viabilidad de este proyecto. El empeoramiento de la situación economía actual, ha provocado que cierren las puertas muchas empresas, y las que quedan, en su intento por mantenerse a flote necesitan nuestros servicios de asesoramiento.

La empresa se centrará principalmente en la elaboración de proyectos para creación de nuevas empresas, asesoramiento y realización de trámites con la administración, proporcionando la información necesaria para dicho desempeño, prestando servicios de Contabilidad, Fiscalidad, Recursos Humanos, Derecho Laboral y Dirección de Proyectos. A su vez se ofrecerá una amplia selección de servicios complementarios de Derecho, Informática e Ingeniería.

Los clientes potenciales, en los que se quiere poner mayor énfasis son todos los autónomos de la ciudad de Valencia, aunque el mercado meta definitivo está compuesto por autónomos, micro empresas y pequeña empresa.

2. CONCLUSIONES GENERALES

La realización de las prácticas, durante seis meses en la Consellería de Gobernación, permitió a la alumna de este estudio, observar directamente la falta de información de los usuarios particulares en la presentación de documentación, así como en la realización de la mayoría de trámites.

La rápida evolución de los mercados exige el análisis permanente de los mismos, de cara a identificar y evaluar las oportunidades, y, es por ello, que es necesario establecer y utilizar un sistema de información fiable. La investigación de mercado ha sido esencial, para conocer sus

necesidades, deseos, localización, hábitos, etc.

Reconocer que los servicios evolucionan a través del tiempo lleva a la empresa a actuar pro activamente, para provocar una serie de cambios de mejora ante el mercado, como la empresa que proponemos DICOAP con sus innovaciones y las mejoras en los servicios.

En el análisis de las encuestas realizadas a las empresas que realizan la contabilidad por sus propios medios se observa la negativa a externalizar los servicios contables, debido al coste que les supondría, aunque estarían dispuestos a externalizar, siempre que fuese económicamente viable y una persona de su confianza.

De las encuestas a empresas que tienen externalizado el servicio contable: lo más significativo es la fidelidad, aunque en la mayoría de los casos hay infinidad de quejas por la carencia en las prestaciones recibidas.

Los servicios que prestará DICOAP como actividad empresarial, son variados, Asesoría Fiscal/Contable a empresas, se prestarán también, los servicios de informática, de ingeniería y de abogacía.

La empresa se dedicará a la prestación de servicios a los colectivos mencionados y es en ellos en los que se centrarán las estrategias de mercado. Se intentará captar la atención mediante la oferta de servicios, que aunque puedan estar ya a disposición de los empresarios, esta empresa destacará en la calidad del servicio y conocimientos de este, captando su atención mediante distintas campañas de publicidad, intentando, a su vez, que el coste sea mínimo.

Algunas de las asesorías y empresas gestoras de servicios, padecen de una gestión obsoleta, basada en el día a día, sin haber realizado un análisis estratégico que les permitiese identificar posibles percances en su futuro.

DICOAP dispone de un razonable potencial de crecimiento, con ventajas competitivas que, con el conjunto de mejoras en los procesos y en la gestión, permiten augurar un crecimiento sostenible, tanto en ventas como en margen neto.

DICOAP está planteada como una empresa con las siguientes ventajas competitivas a destacar:

- Se ha de tener una gran atención ante los clientes, es uno de los propósitos que se propone destacar, así como la implicación. Creándose con el tiempo un ambiente de confianza entre los clientes y la empresa.
- La comunicación con los clientes será abundante.
- Se realizará la recogida personal de documentación según el volumen de negocio del cliente, en caso de no poder ir personalmente, se mandará a una personas de confianza.

- Se procurara una atención personalizada a todos los clientes.
- Se realizarán análisis financieros constantes y continuos.
- Se tendrán detalles hacia los clientes, en fechas determinadas para la empresa y en fiestas nacionales convenientes.
- Se procurara asesoramiento a los clientes en lo referente a la gestión, a la administración y en el sector inversión.
- Todo contacto con clientes se realizará previo acuerdo, mediante contrato por ambas partes (cliente-empresa), de esta forma tanto la empresa como el cliente, tendrán en todo momento, claros sus derechos y obligaciones.
- El trabajo tanto de Asesoría Fiscal/Contabilidad estará condicionado a la actividad del cliente, se estima que el baremo se encuentra entre los 50 y los 300 documentos mensuales.
- Se preverá en todo momento la presentación en la fecha que le corresponda, de todas las obligaciones frente a organismos públicos. Ej: Libros oficiales (diario, balances, etc...), solicitudes de ayudas, fiscales, etc.
- El activo real de la empresa supera el total de sus deudas, con lo que en principio, ofrece garantía a través de sus bienes reales frente a terceros en la devolución de sus deudas a largo plazo. Adicionalmente, la empresa presenta un bajo nivel de endeudamiento, por lo que no cuenta con el imperativo de exigibilidad en la devolución de una deuda.

En el plan de publicidad, la estrategia que se adopta, identificará las bases sobre las que se pretende que el comunicador contrate los servicios ofrecidos y no los de la competencia. Se otorgará una gran importancia al posicionamiento, es decir, a la manera que se pretende que el consumidor piense o sienta acerca de los servicios que se ofrecen.

El plan de marketing determina la distribución de la publicidad, la empresa se puede identificar con uno de los canales de publicidad: El canal directo, este canal se justifica por ser una empresa que elabora servicios con un coste bajo y los presta directamente al cliente, se puede decir que se ejerce de representante de los colaboradores.

En la política de precios la empresa se puede identificar con uno de los tres tipos de canales existentes: El canal directo, este canal se justifica por ser una empresa que elabora servicios con un coste bajo y los presta directamente al cliente, se puede decir que se ejerce de representante de los colaboradores.

Las ventas anuales previstas de los cinco primeros años demuestran la viabilidad del proyecto, se observan en los cuadros los ingresos que se obtendrán por parte de los servicios que

ofrecemos, y aquellos que proporcionaran los colaboradores, se encuentran en la Tabla 4.5. Programa de producción, del Capítulo IV.

3. CONCLUSIONES RESPECTO A LAS MEJORAS

- Buena administración de las tareas diarias, en materia de dirección y gestión de las administraciones, servicios de Asesoramiento Fiscal/Contable y tramitación de documentación Administrativa, mejorando los análisis financieros, los proyectos empresariales y las nuevas tecnologías de las empresas contratistas del servicio.
- Focalización en las áreas de más valor añadido y acometer una gestión comercial profesional, ofreciendo precios competitivos a los nuevos clientes, así como mejoras en el trato e implicación con estos.
- Revisión de procesos respecto a la Administración Pública y mantener informados a los clientes en todo momento de subvenciones y posibles ayudas o bonificaciones, para minimizar pérdidas de los clientes y aconsejar a estos.
- Aconsejar sobre las posibles mejoras tecnológicas: hardware y comunicaciones, así como la posible necesidad de adquisición de nuevos equipos, para poder abordar los proyectos de automatización.

Adicionalmente, DICOAP debe tener en cuenta una serie de riesgos y oportunidades que pueden afectar a las previsiones de crecimiento y viabilidad de la empresa:

- Cambios normativos y legales que pueden generar la posibilidad de ofrecer nuevos servicios: como liberalizaciones.
- Cambios tecnológicos que afecten a los clientes, relacionados con las nuevas tecnologías, así como cambios en la normativa que pueda afectar a los clientes y a la misma empresa.

4. CONCLUSIONES PARTICULARES

A título personal, el haber participado de un proyecto empresarial de primera mano ha significado una oportunidad única para conocer los entresijos de lo que significa ser empresario y emprendedor. Ha sido ventajoso en dos sentidos: por una parte, los cambios organizativos y la necesidad de realizar una evaluación del negocio me ha permitido conocer los requerimientos para la constitución de una empresa, por otra parte, el hecho de que el negocio se pudiese poner en funcionamiento, me ha permitido vivir los problemas reales de un negocio de las características de DICOAP.

Entre los aspectos a destacar de mi experiencia al crear este plan de empresa consideraría los siguientes:

- Dificultad para implantar cambios en la mentalidad de los clientes, para realizar cambios por “miedo” a los cambios y a las nuevas tecnologías.
- Resultados óptimos de DICOAP, en el momento del análisis mediante las encuestas, al proponer las mejoras deseadas de la empresa, es más fácil proponer cambios cuando los clientes no obtienen de sus asesores buenos resultados y ven en estos poca implicación.

Otro aspecto que me ha permitido comprobar y valorar en este Proyecto, es cómo la cercanía al cliente y la empatía es lo que más se aprecia, por supuesto, acompañado de una calidad en el servicio.

En resumen, este proyecto me ha servido para que en un futuro en el que me planteé ser emprendedora, no cometa ciertos errores básicos, enfocando los esfuerzos en aquellas áreas en las que más dificultades se suelen presentar.

CAPÍTULO IX BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Tributaria. Calendario del contribuyente. Real Decreto 1224/2002, 27 de Diciembre. [Consulta 30/07/12] Disponible en: <http://www.aeat.es/>
- Agencia Tributaria. Modificación Real Decreto 136/2000, de 4 de Febrero. [Consulta 30/07/12] Disponible en: <http://www.aeat.es/>
- Ayuntamiento de Valencia. Oficina de Estadística (2012). Datos estadísticos de la Ciudad de Valencia. Núm. 4-2012 [Consulta 12/09/2012] Disponible en: <http://www.ayto-valencia.es/ayuntamiento/webs/estadistica/pdf/Dades124.pdf>
- Boxwell, R.J., (1995). "Benchmarking: para competir con ventaja". Mc Graw Hill, Madrid.
- Cámara de Comercio de Valencia. La incorporación de la mujer al mundo laboral y la inmigración en la C.V. [Consulta 30/07/12] Disponible en: <http://www.camaravalencia.com/es-ES/Paginas/Inicio.aspx>
- Camp; R.C., (1997) "Benchmarking: La búsqueda de las mejores Prácticas de la industria que conducen a un desempeño excelente". Panorama Editorial, México.
- Colegio de Abogados de Cáceres (ICAC) (2012). "La contabilidad de las pequeñas empresas" Informe sobre la situación actual de la contabilidad en España y normas básicas para abordar su reforma. [Consulta 30/07/12] Disponible en: <http://www.icac.es/ie/comisiones.aspx?submenu=7#4>
- D. Pagnoncelli (1993). "Manager Outsourcing, Management decision", MCB University Vol. 31, No. 7, pp 15-22.
- DBK (2010) Estudio Sectores, Auditoría y Asesoría Legal, (Marzo 2010 – 6ª edición) [Consulta 12/09/2012] Disponible en: <http://www.dbk.es/esp/default.cfm?CFID=18642800&CFTOKEN=54733440>
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2012) Retrato de las Pymes 2011. [en línea]. [Consulta 03/05/2012] Disponible en: http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2011.pdf
- INE (2008). Notas de prensa publicadas. índices de precios industriales. [Consulta 30/05/2012] Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/prensa.htm>
- INE (2010). Resultados por comunidades autónomas. P.I.B. a precios de mercado y sus componentes. [Consulta 30/06/2012] Disponible en <http://www.ine.es/>
- INE (2011). Estadísticas de Comercio Internacional. Índice de Exportación en España. [Consulta 12/07/2012] Disponible en:

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t37/p198&file=inebase&L=0>

- INE (2012). [en línea]. Contabilidad Nacional Trimestral de España. [Consulta 03/06/2012]
Disponible en: <http://www.ine.es/>
- INE (2012). [en línea]. Estimación avance de la Contabilidad Nacional Trimestral [Consulta 03/07/2012] Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/cntr0212a.pdf>
- INE (2012). Variación del Índice General Nacional según el sistema IPC. 2008-2011. [Consulta 30/09/12] Disponible en: <http://www.ine.es>
- IVE (2012). [en línea] Análisis estadísticos de la Generalitat Valenciana. Estudio sobre productos y servicios. [Consulta 05/05/2012] Disponible en: <http://www.ive.es/pegv/start.jsp>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2011). Concentración por comunidades autónomas de los trabajadores afiliados en alta laboral por cuenta propia, por comunidad autónoma por CC.AA. [en línea] Datos INSHT, Disponible en: http://www.saldedudas.es/ceaje/informacion/tendencias_10.html
- Ministerio de trabajo y asuntos sociales (2012). Análisis afiliados en alta laboral según regímenes. [en línea] Estudio afiliados en alta laboral. [Consulta 05/05/2012] Disponible en: <http://www.empleo.gob.es/index.htm>
- Observatorio Nacional de la Telecomunicaciones (2011). Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la microempresa española. [en línea] ISSN 2173-3767 Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe__microempresas_2012-vf_0.pdf
- Organización Mundial del Comercio (2012). Ranking Mundial de Países Exportadores. [Consulta 01/06/2012] Disponible en: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm
- Periódico El País (2011). Decálogo, Condiciones de acceso al sector a las nuevas empresas [Consulta 03/09/2011] Disponible en: <http://elpais.com/>
- Revista del Colegio de Gestores Administrativos de Madrid (2011). Guías de actividades empresariales. Gestoría Administrativa. [en línea]. [Consulta 01/07/2012] Disponible en: http://www.emprenemjunts.es/descargas/2023_descarga.pdf
- Servicio Público de Empleo Estatal (2011). [en línea] Régimen especial de trabajadores autónomos. [Consulta 15/05/2012] Disponible en: http://www.sepe.es/contenido/colectivos_e_itinerarios/col_autonomos.html

ANEXOS

ANEXOS

ANEXOS CAPÍTULO I
ANEXO 1.1. Pérdidas y Ganancias
PÉRDIDAS Y GANANCIAS

GASTOS	SUMAS
Luz	720,00 €
Agua	144,00 €
Teléfono	1.875,00 €
Locomoción	495,00 €
Gtos. Representación	4.600,00 €
Material de oficina	543,00 €
Publicidad	1.860,00 €
Comisiones bancarias	180,00 €
Sueldos y Salarios	18.492,00 €
Cuota Seg. Social (autónomos)	5.520,00 €
Gastos extraordinarios	220,00 €
Previsión pagos mensuales.....	34.649,00 €

INGRESOS	SUMAS
Autónomos	15.875,00 €
Pequeña empresa	16.911,60 €
Mediana empresa	13.191,36 €
<i>Ingresos gestoría autónomo</i>	129,75 €
<i>Ingresos gestoría pequeña empresa</i>	544,95 €
<i>Ingresos gestoría mediana empresa</i>	1.140,80 €
Colaboradores:	
Informático	1.692,00 €
Abogado	261,72 €
Ingeniero	2.213,40 €
Previsión ingresos mensuales	51.960,58 €

Total anual	
Previsión pagos mensuales.....	34.649,00 €
Previsión ingresos mensuales	51.960,56 €
Diferencia pagos menos cobros.....	17.311,56 €

Beneficio a 6 meses y anual	4.585,54 €	17.311,56 €
------------------------------------	------------	-------------

ANUALES	
Costes fijos:	3.995,00 €
Costes variables:	31.925,00 €
Costes totales:	35.920,00 €
Ingresos:	51.960,56 €
Ingresos / 360	144,33 €
PM = 144,33 x 249 días	35.938,17 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 1.2. Umbral de Rentabilidad

Concepto	Unidades	Precio unit.	Importe total	Agrupación	Anual
Ordenador portatil	2	900 €	1.800 €		
Teclado + ratón inalámbrico	2	25 €	50 €	1.850 €	370 €
Impresora, fotocop., fax, escaner	1	450 €	450 €		
Qtek s110	2	545 €	1.090 €	1.090 €	218 €
Mesas	2		550 €		
Separador	1	50 €	50 €		
Cajoneras	2	118 €	236 €	836 €	167 €
Aparato aire acondic./bomba calor	1	700 €	700 €	700 €	140 €
Sillas	2	208 €	416 €		
Sillones	2	272 €	544 €	960 €	192 €
Mampara divisoria	1	360 €	360 €		
Estantería	1	249 €	249 €		
Armario	1	310 €	310 €	919 €	184 €
			Total.....	6.805 €	6.805 €
					1.271 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 1.3. Gastos

GASTOS	SUMAS
Luz	720,00 €
Agua	144,00 €
Teléfono	1.875,00 €
Locomoción	495,00 €
Gtos. Representación	4.600,00 €
Material de oficina	543,00 €
Publicidad	1.860,00 €
Comisiones bancarias	180,00 €
Sueldos y Salarios	18.492,00 €
Cuota Seg. Social (autónomos)	5.520,00 €
Gastos extraordinarios	220,00 €
Amortizaciones	1.271,00 €
Previsión pagos mensuales.....	35.920,00 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 1.4. Tarifas de Honorarios

CLIENTE AUTÓNOMO

ASESORIA:		Mensual	Trimestral	Anual
SERVICIO:	TARIFA:			
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>				
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €	69,00 €		
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>				
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €	46,00 €		
Servicio De Asesoría Fiscal a Empresario Individual	46,00 €	46,00 €		
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €		45,00 €	
Declaraciones IRPF simplificada	60,00 €			90,00 €
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €		90,00 €	
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €			69,00 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €			450,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €			60,00 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €			34,50 €
GETORIA:		161,00 €	135,00 €	703,50 €
SERVICIO:	TARIFA:			
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €			
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €			
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €			
Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos	25,00 €			
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €			
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €			
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €			
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €			
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €			
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €			
Depósito de cuentas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de Perdidas y Ganancias, Memoria, informe de Gestión y Auditoría).	25,00 €			
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €			
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €			

Fuente: Elaboración propia

519,00 € 43,25 € 129,75 € Anual

ANEXO 1.5. Estimación Ingresos Colaboradores

Servicio Instalación y Formación	110,00 €
Servicio Configuración de Redes (Paquete Básico)	135,00 €
Servicio Configuración de Redes (Avanzado)	80,00 €
Nuevo PC	60,00 €
Servicio Hotline + Asistencia Remota	160,00 €

545,00 €

	Importe	Nº de puestos
Autónomos	545,00 €	1
Pequeña Empresa	5.450,00 €	10
Mediana empresa	10.900,00 €	20
Total Anual	16.895,00 €	
Total mensual	1.407,92 €	
10% ingreso mensual	140,79 €	

ESTIMACIÓN INGRESOS COLABORADOR EN DERECHO

SERVICIO	IMPORTE
Servicios de Asesoría Judicial a Empresas (Autónomos y Sociedades)	20,70 €

	Importe	Nº de Clientes	Incremento
Autónomos	103,50 €	5,00 €	
Pequeña Empresa	68,31 €	3,00 €	10%
Mediana empresa	46,37 €	2,00 €	12%
Tasa mensual	218,18 €		
10% ingreso mensual	21,82 €		

ESTIMACIÓN INGRESOS COLABORADOR EN INGENIERÍA

SERVICIO	IMPORTE
Proyecto para licencia actividad	500
Certificado final de obra	500
Proyecto eléctrico	1000
Fichas técnicas de vehículos	100

2100

	Importe	Nº de Clientes	Incremento
Autónomos	10.500,00 €	5,00 €	
Pequeña Empresa	6.930,00 €	3,00 €	10%
Mediana empresa	4.704,00 €	2,00 €	12%
Tasa Anual	22.134,00 €		
Tasa mensual	1844,5		
10% ingreso mensual	184,45 €		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 1.6. Outsourcing

OUTSOURCING

Definición

Outsourcing podría definirse, según Dorban Chacón (1999), como la acción de recurrir a una agencia externa para operar una función que anteriormente se realizaba dentro de la compañía. *Outsourcing* es: "Transferencia a terceros de actividades no medulares".

En otras palabras, encargar a proveedores externos de aquellas actividades que no son la columna vertebral del negocio.

En un contexto de globalización de mercados, las empresas deben dedicarse a innovar y a concentrar sus recursos en el negocio principal. Por ello la tercerización o *Outsourcing* ofrece una solución óptima y es motivo de permanentes alianzas estratégicas.

Básicamente se trata de una modalidad, según la cual determinadas organizaciones, grupos o personas ajenas a la compañía son contratadas para hacerse cargo de "parte del negocio" o de un servicio puntual dentro de ella. La compañía delega el gerenciamiento y la operación de uno de sus procesos o servicios a un prestador externo - *Outsourcer*-, con el fin de agilizarlo, optimizar su calidad y/o reducir sus costos. Transfiere así los riesgos a un tercero que pueda dar garantías de experiencia y seriedad en el tema. En cierto sentido este prestador pasa a ser parte de la empresa, pero sin incorporarse formalmente. Son los más frecuentes los servicios de distribución de productos, telemarketing, servicios informáticos, selección y/o capacitación de personal, eventos, liquidaciones de sueldos y jornales, entre muchos otros posibles.

Según datos suministrados por Xerox (1999), el 80% de las compañías Fortuna 500 están realizando *Outsourcing* para su tecnología de la información y para algunas o todas de sus funciones de manejo de información.

¿Cuántos de Uds., por ejemplo estarían mejor si algunas de las cosas que hacen se las transfieran a otros, lo que les dejaría más tiempo para los aspectos vitales de su trabajo?.

El desarrollo del *Outsourcing* es el resultado inevitable de muchas presiones, nuevas y mayores, sobre la industria y sobre todos los recursos de un mundo en donde ya no se pueden permitir las exigencias reguladoras internas, ni múltiples niveles gerenciales. El proceso está siendo impulsado tanto por la demanda, al buscar la gerencia mejores formas

de hacer el trabajo rutinario y asumir cada día más las cargas de trabajo de sus clientes.

Se ha convertido una tendencia de crecimiento, muchas organizaciones están tomando la decisión estratégica de poner toda o parte de su función de sistemas en las manos de especialistas, permitiéndoles concentrarse en lo que mejor saben

<p>¿Puede el Outsourcing ocuparse de llevar todas las funciones de negocios</p>	<p>El Outsourcing está siendo aplicado a todos los procesos del negocio en una organización. Áreas como contabilidad, personal y nómina, centros de llamadas son candidatas para los contratos de "gestión de servicios de negocios".</p>
---------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

hacer - maximizar el rendimiento minimizando los costos.

Dado que orientamos nuestros servicios hacia las Pymes y los autónomos, hemos buscado información que analiza la evolución este tipo de empresas o empresario

<p>¿Cómo se miden el rendimiento y los beneficios en un Outsourcing?</p>	<p>Flexibilidad y calidad de servicio son los parámetros más frecuentes para medir el rendimiento del Outsourcing. Estos criterios son medidos y comparados con el nivel de servicio acordado en el contrato con una monitorización clara y sistemática, e identificando los beneficios alcanzados.</p>
<p>¿Cuáles son las claves del éxito en proyectos de Outsourcing?</p>	<p>Es esencial crear una estructura de gestión del proyecto fuerte y rigurosa.</p> <p>La experiencia en el área prueba que se puede desarrollar una solución apropiada para la gestión.</p>

ANEXO 1.7. Retrato de las Pymes 2011

RETRATO DE LAS PYMES 2011

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), a 1 de enero del año 2010 había en España 3.283.495 PYME (empresas comprendidas entre 0 y 249 asalariados). Es decir, el 99,88 por ciento de las 3.287.374 empresas que conforman el censo, excluida la agricultura y la pesca.

La mayoría de las PYME ejercen la actividad en el sector servicios seguido del de comercio. En el primero, la mayor concentración se encuentra principalmente en los servicios de comidas y bebidas y en el transporte terrestre.

Desde 1999, el crecimiento del total de empresas se ha elevado a 692.488, lo que supone un incremento acumulado del 26,7% en el periodo 1999-2009. En el año 2009, las PYMES se han visto afectadas por la crisis por lo que se ha producido una destrucción de 81.269 empresas, lo que supone una reducción del -2,7%.

En España hay en la actualidad 7,0 PYME por cada 100 habitantes; 14,2 por cada 100 activos y 17,8 por cada 100 ocupados. Por cada Km² hay 6,6 empresas y por cada 100.000 euros del PIB, 0,3 (año 2009, a precios de mercado, precios corrientes).

El tamaño de las empresas es apreciablemente distinto según los sectores económicos. La mayor proporción de empresas grandes se concentra en resto de servicios seguida de la industria, donde su distribución agrupa el 55,5% y el 24,7 por ciento de las empresas que emplean a 250 o más asalariados, respectivamente. Sin embargo, la mayor proporción de empresas pequeñas se sitúa en los sectores de resto de servicios y comercio.

El desglose sectorial de los indicadores que relacionan número de empresas con número de ocupados, muestra que el tamaño medio de las empresas englobadas en el sector denominado resto de servicios es claramente superior al resto, ya que hay 9,3 empresas por cada 100 ocupados frente a las 4,2 del comercio, las 2,7 de la construcción y las 1,2 de la industria. En la distribución por número de asalariados, el mayor peso porcentual lo soportan las empresas sin asalariados, que suponen el 53,9% del total de empresas. Sin embargo la evolución de este tipo de empresa, dentro del conjunto, es descendente, ya que desde el 1 de enero de 1995, al 1 de enero de 2010, han pasado de representar el 57,6% al mencionado 53,9%, situándonos en valores similares a los de 2000 y 2001. De este flujo, que en un principio beneficiaba el incremento de las empresas

pequeñas (10 a 49 asalariados), en 2009 sufre un retroceso situándose en un 4,16%.

Este transvase de las pequeñas empresas a las empresas sin asalariados a constituye un retroceso en la convergencia con el tamaño medio de las PYME de la Unión Europea. El tejido empresarial español, junto con el de Grecia Italia y Portugal, sigue estando constituido por pequeñas unidades de producción en mayor medida que en el resto de los países de la EU27.

De acuerdo con las últimas estadísticas Eurostat, referidas a 2008, existen diferencias considerables en la contribución de las microempresas en el empleo, variando entre el 14,8% de Eslovaquia y el 57,9% de Grecia. España se sitúa dentro de este intervalo en un 37,7%.

Esta horquilla es más amplia que la que se observa tanto para las pequeñas como para las medianas empresas, en las que la contribución al empleo total es sensiblemente más homogénea.

De este modo, para las primeras, la horquilla oscila entre el 26,5% de Lituania y el 11,8% de Grecia, situándose España en la contribución de las pequeñas empresas al empleo en el 14,8%. Con respecto a las medianas, la horquilla se delimita entre el 26,5% de Lituania y el 15,4% de Reino Unido, y España se sitúa en el 14,8%. De acuerdo con los datos de Eurostat correspondientes a 2008 el porcentaje de PYME frente al total de empresas era mayor en España (78,0%), que la media de la Unión Europea (67,4%). Así mismo, las PYME ocupan un porcentaje mayor del total de trabajadores y, porcentualmente, contribuyen en mayor medida que en la Unión Europea al valor añadido total. El valor añadido por persona ocupada y la productividad están por debajo de la media de la UE-27, siendo este uno de los principales problemas que tienen las PYME españolas. Un elevado porcentaje de las nuevas empresas creadas se enmarca en actividades de comercio al por menor, servicios de comidas y bebidas y construcción de edificios, aunque este último ha disminuido con respecto 2008 un 13,18%. En su conjunto el sector de la construcción, el más dinámico de estos últimos años, reduce el número de empresas creadas en torno al 15,75% respecto al 2008. Un mayor nivel de desglose de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009) muestra que, en la actualidad (1 de enero de 2010), la mayor concentración sectorial de las PYME se produce en establecimientos de bebidas, seguido de construcción de edificios y de comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados. En torno al 8,1% de las empresas se encuentran en el sector de la hostelería.

En cuanto al volumen de ingresos de las PYME, según datos DIRCE a 1 de enero de 2010, el 96,9% de las empresas se concentraban en el tramo de menos de 2 millones de euros. Un 2,3% ingresaron entre 2 y 10 millones. Las que tuvieron ingresos comprendidos entre 10 y 50 millones representaron el 0,7%, y sólo el 0,03% ingresaron más de 50 millones de euros en el último año. Por último, la condición jurídica de persona física es la forma predominante en la constitución de una pequeña y mediana empresa. La sociedad limitada aparece en segundo lugar, la comunidad de bienes en tercero y la sociedad anónima en cuarto lugar. Esta última forma jurídica está perdiendo protagonismo en favor de la sociedad limitada y la comunidad de bienes, y es previsible que este trasvase se siga produciendo por la mayor idoneidad de la sociedad limitada para la constitución de una empresa de pequeña dimensión.

La forma jurídica de Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE), ha supuesto que empresas que se constituían bajo la condición jurídica de persona física, principalmente trabajadores autónomos, opten por esta forma jurídica que acorta los plazos de constitución y permite la separación del patrimonio personal del empresarial.

ANEXO 1.8. Notas de prensa

Notas de prensa • Instituto Nacional de Estadística

**Índices de precios industriales. Base 2000
Agosto 2008**

Datos provisionales

Índice general y clasificación por ramas de actividad (CNAE 93)

	Índice	% variación sobre		
		Mes anterior	Mes diciembre año anterior	Mismo mes año anterior
ÍNDICE GENERAL	134,2	-0,8	6,7	9,2
C. Industrias extractivas	135,0	0,4	6,9	7,4
Extracción de productos energéticos	127,7	1,5	15,4	14,6
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos	138,7	-0,1	3,4	4,4
D. Industria manufacturera	132,9	-0,9	6,0	8,6
Industria de productos alimenticios y bebidas	135,8	-0,1	3,5	8,8
Industria del tabaco	155,6	0,0	6,7	6,8
Industria textil	111,3	0,2	1,8	2,0
Industria de la confección y de la peletería	111,9	0,1	2,1	2,2
Preparación, curtido y acabado del cuero; fabricación de artículos de marroquinería y viaje; artículos de guarnicionería, talabartería y zapatería	119,0	-0,1	1,3	1,5
Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería	123,7	0,0	2,2	3,6
Industria del papel	110,8	0,0	1,7	1,9
Edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados	125,2	0,0	1,5	3,1
Coquerías y refino de petróleo	195,1	-8,2	21,6	40,3
Industria química	126,0	1,0	6,4	7,4
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas	119,6	0,5	3,5	3,5
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	129,1	0,0	3,2	3,4
Metalurgia	178,2	0,0	20,6	14,2
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	131,7	0,2	4,1	4,5
Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico	121,8	0,1	2,6	3,1
Fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos	83,5	0,0	-0,8	-1,2
Fabricación de maquinaria y material eléctrico	131,5	0,2	1,5	2,4
Fabricación de material electrónico; fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones	95,7	0,0	1,2	1,1
Fabricación de equipo e instrumentos médico-quirúrgicos, de precisión, óptica y relojería	115,6	0,3	2,7	2,6
Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	109,8	0,1	0,6	0,9
Fabricación de otro material de transporte	118,0	0,1	1,0	1,2
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras	129,2	0,4	3,9	4,5
E. Producción y distribución de energía eléctrica y gas	145,5	0,2	13,1	14,7

Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

Notas de prensa • Instituto Nacional de Estadística

Clasificación por destino económico de los bienes¹

	Índice	% variación sobre		
		Mes anterior	Mes diciembre año anterior	Mismo mes año anterior
Bienes de consumo	126,7	0,1	2,8	4,9
- Bienes de consumo duradero	121,8	0,2	2,9	3,4
- Bienes de consumo no duradero	127,5	0,1	2,7	5,1
Bienes de equipo	116,6	0,1	1,9	2,3
Bienes intermedios	134,6	0,2	6,7	7,4
Energía	165,1	-4,0	17,0	25,6

¹ Reglamento (CE) nº 586/2001 de la Comisión de las Comunidades Europeas

Índice general por comunidades autónomas

	Índice	% variación sobre		
		Mes anterior	Mes diciembre año anterior	Mismo mes año anterior
ÍNDICE NACIONAL	134,2	-0,8	6,7	9,2
Andalucía	149,5	-2,4	9,7	14,5
Aragón	129,1	0,4	4,8	5,8
Asturias (Principado de)	140,9	1,2	10,2	9,7
Balears (Illes)	134,4	0,2	7,8	9,1
Canarias	154,9	-1,8	13,3	20,1
Cantabria	151,7	0,9	14,0	15,3
Castilla y León	127,5	0,0	3,7	6,9
Castilla-La Mancha	139,4	-2,2	9,7	13,1
Cataluña	128,6	-0,3	5,8	6,8
Comunitat Valenciana	139,7	-2,9	4,6	9,9
Extremadura	138,0	0,2	10,8	12,4
Galicia	130,2	-0,9	5,6	8,7
Madrid (Comunidad de)	119,9	0,2	2,9	4,2
Murcia (Región de)	138,2	-3,0	7,7	11,2
Navarra (Comunidad Foral de)	123,2	0,7	4,9	5,8
País Vasco	144,7	-1,0	10,0	12,3
Rioja (La)	128,6	0,2	5,7	6,7

Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

ANEXOS CAPÍTULO II

ANEXO 2.1. Contabilidad Regional de España. Base 2009

Resultados por comunidades autónomas. Serie contable 2005-2009. P.I.B. a precios de mercado y sus componentes (oferta): Precios corrientes por comunidad autónoma, ramas de actividad, magnitud y periodo. Unidades: miles de euros y porcentajes

	Valor					Tasas de variación interanuales				
	2005	2006	2007 (P)	2008 (P)	2009 (A)	2005	2006	2007 (P)	2008 (P)	2009 (A)
Comunitat Valenciana										
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	88452084	96040324	102478051	105833509	101793151	8	8,6	6,7	3,3	-3,8
VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL	79204244	85555239	91903485	96874381	94625034	7,5	8	7,4	5,4	-2,3
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	88452084	96040324	102478051	105833509	101793151	8	8,6	6,7	3,3	-3,8
TOTAL NACIONAL										
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	908792000	984284000	1053537000	1088124000	1053914000	8,1	8,3	7	3,3	-3,1
VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL	813776000	876826000	944824000	996011000	979699000	7,5	7,7	7,8	5,4	-1,6
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	908792000	984284000	1053537000	1088124000	1053914000	8,1	8,3	7	3,3	-3,1

Notas:

1.- (P) Estimación provisional (A) Estimación avance

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Copyright INE 2011

ANEXO 2.2. Contabilidad Regional de España

Resultados por comunidades autónomas. Serie contable 2000-2009. P.I.B. a precios de mercado y sus componentes (oferta): Precios corrientes por comunidad autónoma, ramas de actividad, magnitud y periodo. Unidades: miles de euros y porcentajes

	Valor	Tasas de variación interanuales	Estructura porcentual
	2009 (A)	2009 (A)	2009 (A)
Comunitat Valenciana			
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	101793151	-3,8	100
VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL	94625034	-2,3	..
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	101793151	-3,8	100
TOTAL NACIONAL			
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	1053914000	-3,1	100
VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL	979699000	-1,6	..
PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	1053914000	-3,1	100

Notas:

1.- (P) Estimación provisional (A) Estimación avance

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Copyright INE 2011

ANEXO 2.3. PIB

Cálculo de variaciones del Índice de Precios de Consumo (sistema IPC base 2006)

Variación del Índice General Nacional según el sistema IPC base 2006 desde **Septiembre de 2010** hasta **Septiembre de 2011**

Índice	Porcentaje(%)
Nacional	3,1

Cálculo de variaciones del Índice de Precios de Consumo (sistema IPC base 2006)

Variación del Índice General por Comunidades Autónomas según el sistema IPC base 2006 desde **Septiembre de 2006** hasta **Septiembre de 2011**

Índice	Porcentaje(%)	Índice	Porcentaje(%)	Índice	Porcentaje(%)
Nacional	11,9	Andalucía	11,7	Aragón	12,2
Asturias, Principado de	12,3	Balears, Illes	11,1	Canarias	9,3
Cantabria	12,4	Castilla y León	11,9	Castilla-La Mancha	11,6
Cataluña	13,0	Comunitat Valenciana	11,7	Extremadura	11,6
Galicia	11,7	Madrid, Comunidad de	11,9	Murcia, Región de	11,4
Navarra, Comunidad Foral de	10,7	País Vasco	12,4	Rioja, La	11,9
Ceuta	10,4	Melilla	10,9		

[Imprimir](#)

[Gráfico](#)

[Mapa](#)

[Volver](#)



Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística.

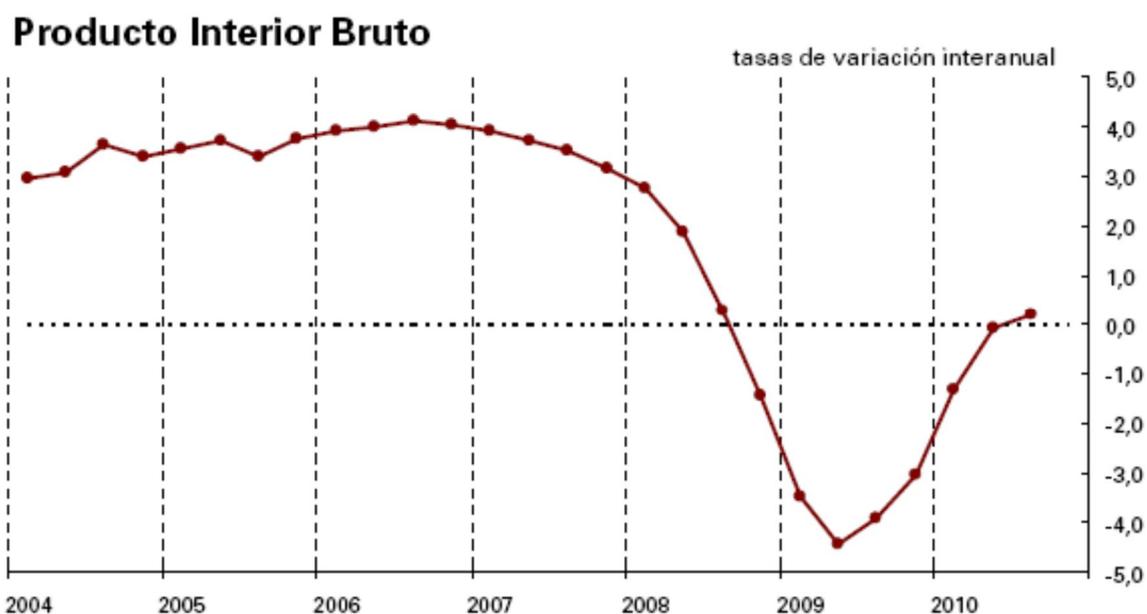
ANEXO 2.4. El Producto Interior Bruto

El Producto Interior Bruto registra un crecimiento interanual del 0,2% en el tercer trimestre de 2010

El Producto Interior Bruto (PIB) generado por la economía española ha registrado un crecimiento real del 0,2% en el tercer trimestre de 2010 respecto al mismo periodo del año anterior, según la estimación avance del PIB trimestral.

De esta forma, se aprecia que la actividad global vuelve a registrar tasas positivas de crecimiento, hecho que no ocurría desde el tercer trimestre de 2008. No obstante, este resultado encierra una menor aportación de la demanda nacional de la que venía estimándose en los trimestres anteriores.

La variación intertrimestral del PIB ha sido del 0,0%, dos décimas inferior a la del trimestre precedente.



Producto Interior Bruto

Tasas	2008				2009				2010		
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III
Interanual	2,7	1,9	0,3	-1,4	-3,5	-4,4	-3,9	-3,0	-1,3	-0,1	0,2
Intertrimestral	0,5	0,0	-0,8	-1,1	-1,6	-1,1	-0,3	-0,2	0,1	0,2	0,0

ANEXO 2.5. Nota metodológica

La estimación avance del PIB trimestral utiliza la misma metodología que la empleada en la compilación de la estimación completa, si bien en un marco simplificado. Adicionalmente, se recurre a técnicas avanzadas de modelización de series temporales, tanto para completar los datos del periodo de referencia como para validar las estimaciones.

Con la estimación del PIB trimestral en términos corregidos de efectos estacionales y de calendario de algunos países de la Unión Europea (UE), entre los que se encuentra España, la Oficina de Estadística Europea (Eurostat) realiza una primera estimación del crecimiento del PIB de la UE y de la Unión Económica y Monetaria. La obtención de esta estimación avance forma parte de la política de Eurostat y del Banco Central Europeo de ofrecer datos equiparables en tiempo y calidad con los producidos en los Estados Unidos.

La estimación avance del PIB trimestral proporciona únicamente información orientativa y, por tanto, podría no coincidir con el dato que ofrece la Contabilidad Nacional Trimestral de España unos días más tarde.

En este sentido, se recuerda que el INE publicará el próximo día 17 de noviembre las tablas y cuadros completos de la Contabilidad Nacional Trimestral de España correspondientes al tercer trimestre de 2010.

ANEXO 2.6. IPC: Índice de Precios de Consumo Amortizado.

Índice de Precios del Sector Servicios

Índice de Precios del Sector Servicios. Base 2006. CNAE 2009

Índice de precios del sector servicios por sectores

Unidades: Índices y tasas

	Índice					Variación anual				
	2011TII	2010TII	2009TII	2008TII	2007TII	2011TII	2010TII	2009TII	2008TII	2007TII
69.1+69.2+70.2 Asesoría jurídica y económica	109,2	108,4	107,0	106,3	103,0	0,7	1,3	0,7	2,8	..

Notas:

1) Para todas las actividades, los datos son definitivos hasta el segundo trimestre de 2010 (incluido)

IPCA a Impuestos Constantes e IPCA Nota informativa

IPCA a Impuestos Constantes e IPCA (2005=100) España

Índice de Precios de Consumo Armonizado a Impuestos Constantes e IPCA (2005=100) por Índices y Tasas, Periodo y IPCA, IPCA-IC

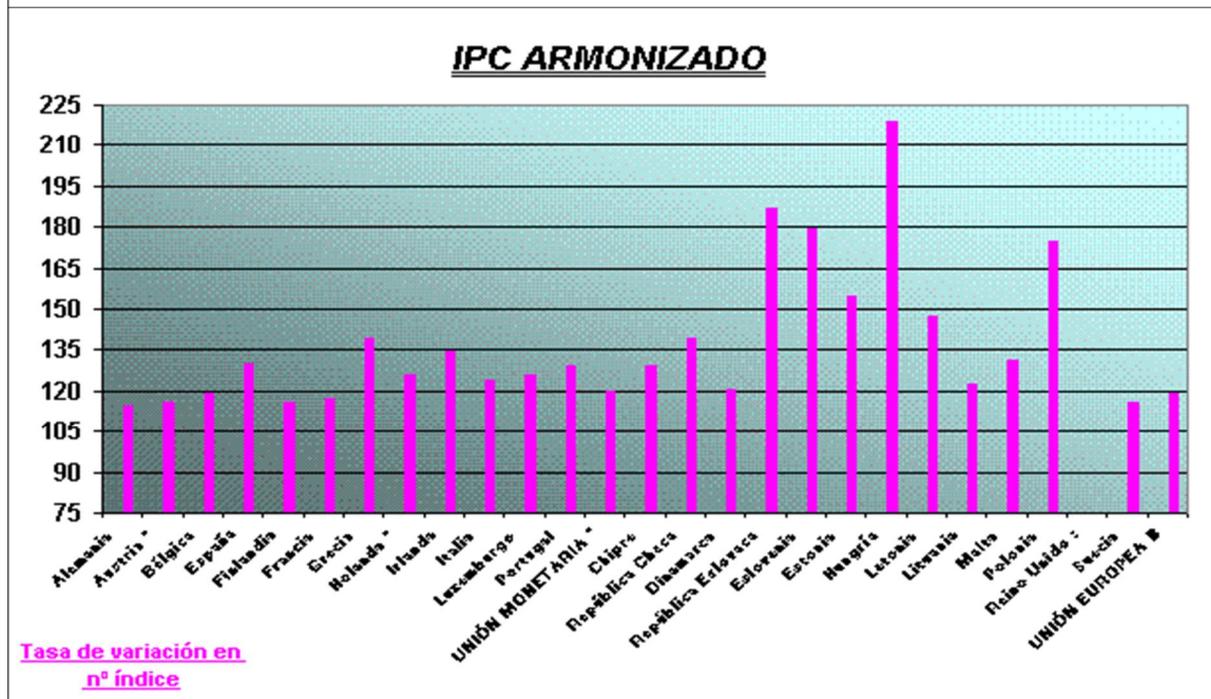
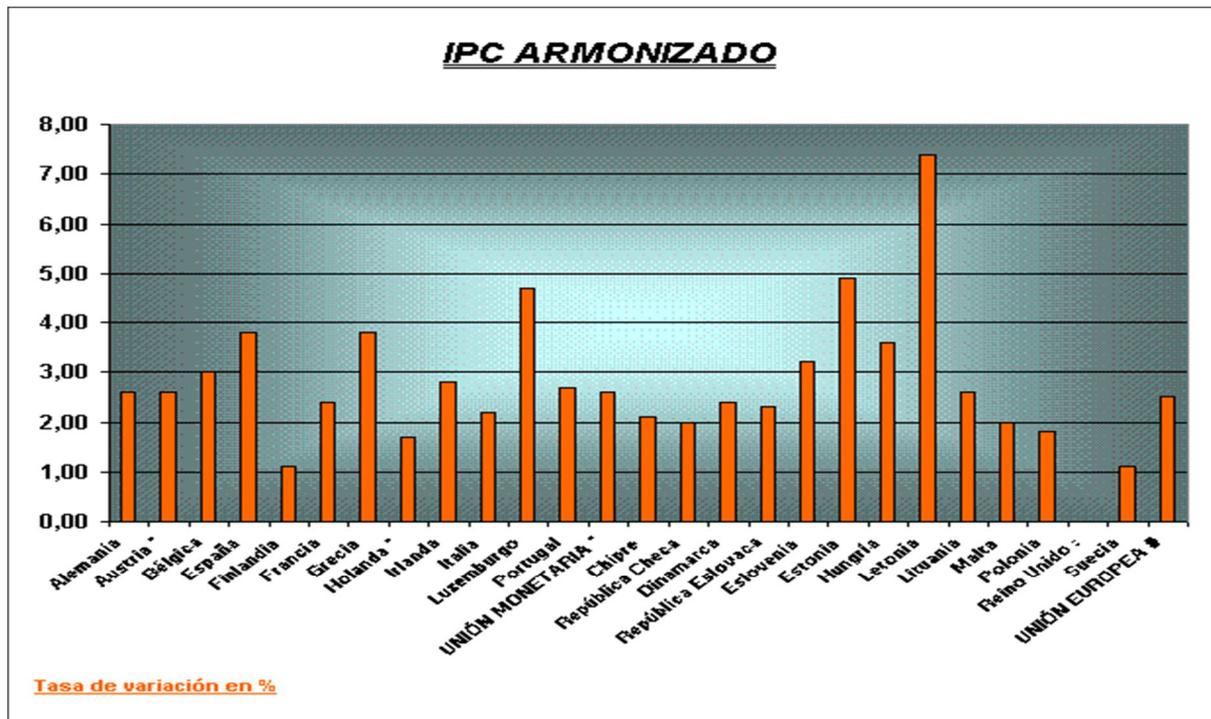
Unidades: Índices y tasas

	IPCA
Índice	
2011M06	116,99
2010M06	113,53
2009M06	111,23
2008M06	112,30
2007M05	106,68
Variación anual	
2011M06	3,0
2010M06	2,1
2009M06	-1,0
2008M06	5,1
2007M05	2,4

Notas:

1) Los índices del IPCA y del IPCA-IC publicados en 2010 se han revisado aplicando la nueva metodología para el tratamiento de los artículos estacionales, contemplada en el Reglamento CE N° 330/2009 de la Comisión, de 22 de abril de 2009, que entra en vigor con el índice de enero de 2011. Como consecuencia, las tasas anuales del año 2010 han sido recalculadas con índices medidos con metodologías diferentes.

Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

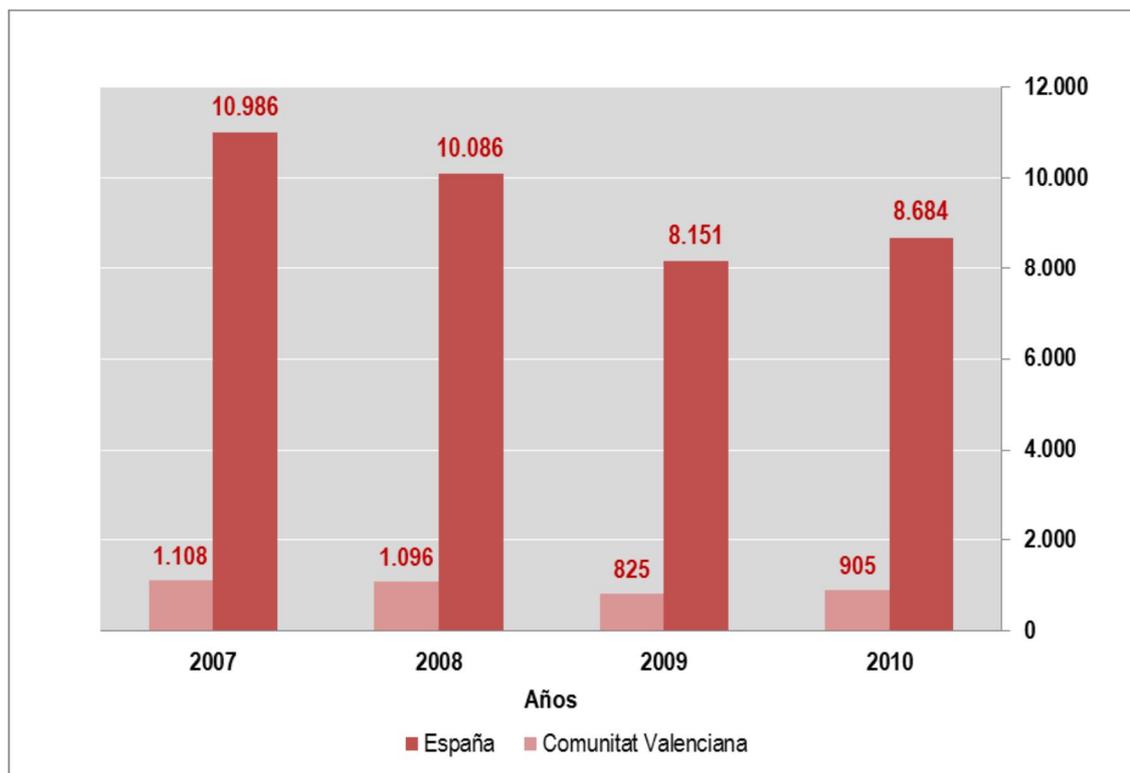


Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

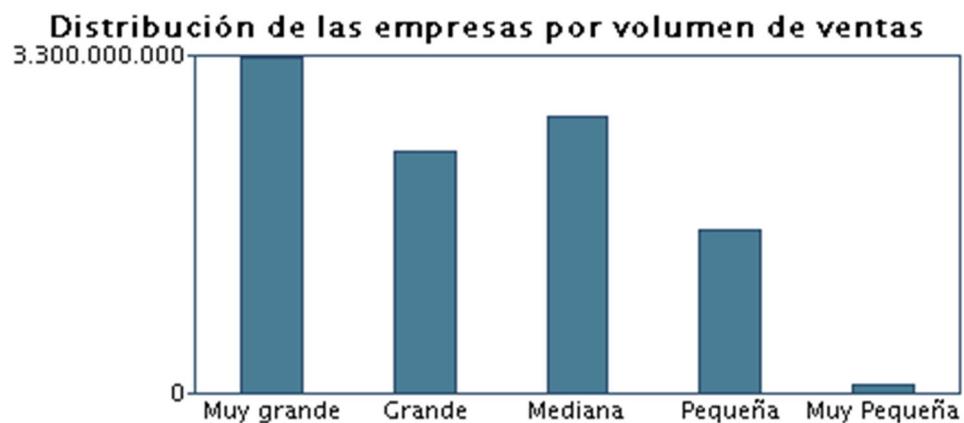
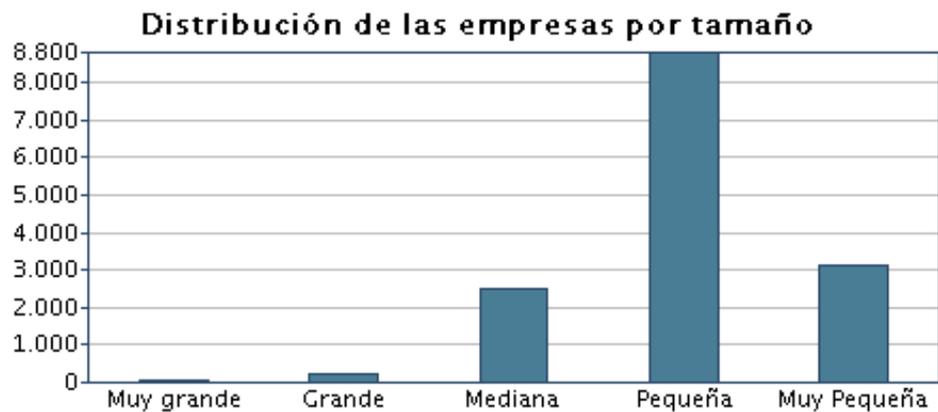
ANEXO 2.7. Distribución de las empresas por tamaño y volumen de ventas

En base a los datos del Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, el número de empresas españolas dedicadas a actividades administrativas y auxiliares de oficina era de 8.684 a finales del año 2010. En la Comunitat Valenciana, el número ascendía a 905 empresas, el 10,42% del total nacional.

Número de empresas que componen la muestra: 8.684



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística.



Fuente: e-informa 2010

ANEXO 2.8. Las principales empresas del sector

MARTÍNEZ OJEDA Y ASOCIADOS ASESORES LEGALES FINANCIEROS Y TRIBUTARIOS, S.L.

c/.Transits, 2 – 46002 Valencia

Volumen de ventas: 1.798.917,62 €

DESPACHO DE ASESORÍA FISCAL DE ILDEFONSO TECLES Y ASOCIADOS, S.L.

c/. Correos, 12 – 46002 Valencia

Volumen de ventas: 1.706.546.62 €

ORGANIZACIÓN LURBE, S.L.

Avda. del Puerto, 308 – 46024 Valencia

Volumen de ventas: 509.763,97 €

AUREN CONSULTORES MEDITERRÁNEO, S.L.

Avda. Constitución, 162 – 46009 Valencia

Volumen de ventas: 420.150,42 €

PUERTAS Y HERRAIZ ECONOMISTAS, S.L.

Barrio San Vicente, 102 – 46016 Valencia

Volumen de ventas: 268.210,3 €

JORGE SEGUI ASESORES, S.L.

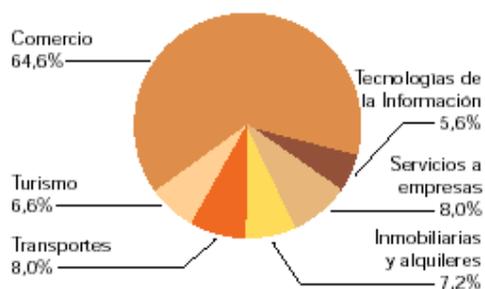
C/. Guillén de Castro, 147 – 46008 Valencia

Volumen de ventas: 195.623,01 €

Fuente: Páginas Amarillas y e-informa

Cuotas de mercado

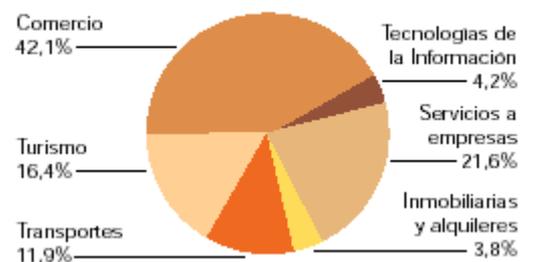
Volumen de negocio



Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

Personal medio que emplean

Personal ocupado



ANEXO 2.9. Decálogo, Condiciones de acceso al sector a las nuevas empresas

Decálogo:

Responsabilidad en la gestión del sistema. Compromiso del suministrador con el desarrollo de la compañía con la que se contrata.

Flexibilidad para el crecimiento. Ajuste a la expansión de la empresa, de forma que pueda acrecentar o reducir la prestación.

Alineamiento con las estrategias competitivas de la empresa. Acoplamiento tecnológico a los objetivos del negocio.

Control del suministro. Evaluar el suministro previa supervisión.

Calidad del servicio, tanto en los aspectos humanos como técnicos, de forma que el nivel de calidad sea comprobable en todo momento.

Costes. El ahorro que supone el suministrador en costes reales.

Capacidad de transición. Reducir al mínimo la inestabilidad del cambio cuando éste se produce.

Capacidad de apoyo tecnológico. La IT más eficiente.

Libertad de relación. Condiciones ante una posible ruptura.

Mejora tras el retorno del servicio. Valor añadido tras el final del contrato.

Fuente: Periódico "El País"

ANEXO 2.10. Evolución del número de empresas del sector en los últimos años

Estadística de Sociedades Mercantiles

Datos provisionales

El número de sociedades mercantiles creadas en septiembre desciende un 27,1% respecto al mismo mes de 2008. Las sociedades mercantiles disueltas disminuyen un 10,4% en tasa interanual.

En el mes de septiembre se crean 5.340 sociedades mercantiles, un 27,1% menos que en el mismo mes de 2008 y un 14,5% más que en agosto de 2009. El capital suscrito para su constitución supera los 212 millones de euros, lo que supone un descenso del 52,9% respecto a septiembre del año anterior. El capital medio suscrito (39.759 euros) registra un descenso interanual del 35,5%.

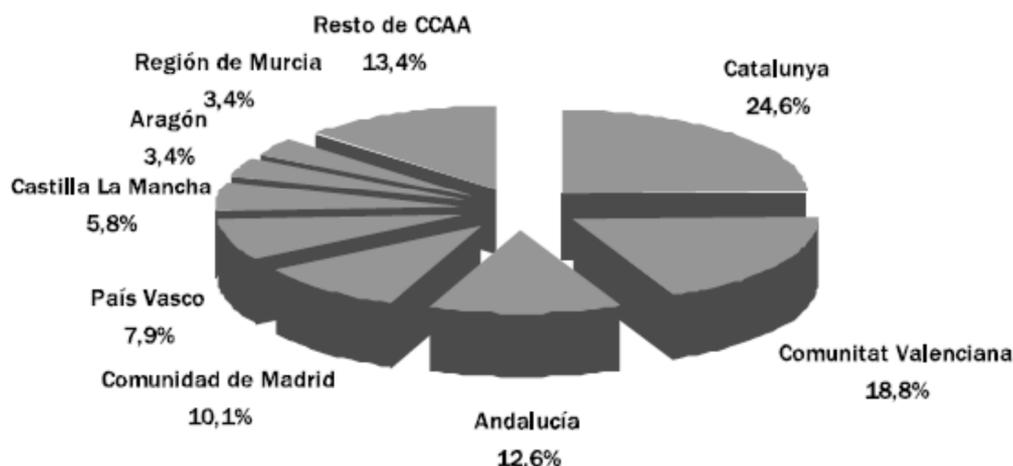
Por otro lado, en el mes de septiembre amplían capital 2.445 sociedades mercantiles, un 23,2% menos que en el mismo mes de 2008. El capital suscrito en las ampliaciones registrar un descenso interanual del 57,4% y casi alcanza los 1.801 millones de euros. El capital medio suscrito en estas operaciones (736.593 euros) desciende un 44,5%.

El número de sociedades disueltas en septiembre es de 1.068, lo que supone un descenso interanual del 10,4%. De éstas, el 77,2% lo hicieron voluntariamente, el 16,3% por fusión y el 6,5% restante por otras causas.

Distribución de empresas por Comunidades Autónomas en 2008

Distribución por CCAA de las empresas del sector CNAE 24.3

% según CCAA



Fuente: INE

Comunidad autónoma	Capital suscrito medio (en euros)		Porcentaje de capital suscrito	
	Sociedades mercantiles creadas	Sociedades mercantiles que amplían capital	Creadas	Amplían capital
TOTAL	39.759	736.593	100,0	100,0
Andalucía	20.194	668.651	8,5	13,5
Aragón	60.859	1.147.044	4,3	5,8
Asturias (Principado de)	18.805	294.933	0,7	0,7
Baleares (Illes)	59.280	379.575	4,2	1,8
Canarias	19.493	249.270	1,9	1,0
Cantabria	16.717	436.545	0,4	0,5
Castilla y León	15.509	361.483	1,7	1,8
Castilla-La Mancha	14.682	1.027.061	1,2	3,8
Cataluña	37.536	858.710	14,2	22,6
Comunitat Valenciana	50.646	665.908	14,2	8,1
Extremadura	15.315	386.357	0,5	0,6
Galicia	23.089	365.316	3,2	3,1
Madrid (Comunidad de)	69.603	986.432	39,2	28,4
Murcia (Región de)	14.913	449.083	0,8	1,2
Navarra (Comunidad Foral de)	13.945	288.933	0,5	0,5
País Vasco	40.903	858.431	4,4	5,9
Rioja (La)	13.571	240.909	0,2	0,1
Ceuta	9.000	237.000	0,0	0,0
Melilla	3.000	5.223.000	0,0	0,6

Fuente: INE

ANEXO 2.11. Servicios que prestan otras empresas

Puertas y Herraiz Economistas, S.L.

Fiscal: Tramitación 576. Acceso al Área de Tramitación del Impuesto de Matriculación (modelo 576). Legislación al Día. Legislación publicada diariamente en los diversos boletines estatales. Legislación Específica. Legislación en materia fiscal (Ley General Tributaria, Ley 40/1998, etc.).

Jurisprudencia: Acceso a base de datos de jurisprudencia fiscal. Modelos y Formularios. Acceso a modelos y formularios referentes a impuestos. Servicios ofrecidos por la AEAT. Servicios ofrecidos por la AEAT en el ámbito fiscal (Oficina Virtual, Programas de ayuda, etc.).

Información de Interés: Información considerada de interés en el área fiscal. Calendario Fiscal. Calendario Fiscal del año 2005.

Consultas: Permite la realización de consultas online. Direcciones Web. Enlaces a diferentes páginas Web de interés. Publicaciones. Diversas publicaciones sobre temas fiscales.

Laboral: Legislación Específica. Legislación en materia laboral (ET, LPL, LSS, etc.).

Jurisprudencia: Acceso a base de datos de jurisprudencia laboral. Modelos y Formularios. Acceso a modelos y formularios laborales. Convenios Colectivos. Acceso a base de datos de Convenios Colectivos (búsqueda, notificaciones, etc.).

Prevención: Información sobre prevención de riesgos laborales. Calendario Laboral. Calendario Laboral del 2005.

Consultas: Permite la realización de consultas online. Direcciones Web. Enlaces a diferentes páginas Web de interés. Publicaciones. Diversas publicaciones sobre temas de laboral.

Tráfico: Tramitación 576. Acceso al Área de Tramitación del Impuesto de Matriculación (modelo 576). Legislación al Día. Legislación publicada diariamente en los diversos boletines estatales. Legislación Específica. Legislación en materia de tráfico (conductores, vehículos, etc.). Tablas Valoración I.T.P. Tablas de Valoración Impuesto Transmisiones Patrimoniales.

Cats: Acceso a base de datos de centro autorizados para el tratamiento de vehículos al final de su vida útil. Información de la D.G.T. Servicios ofrecidos por la D.G.T (estadísticas, información administrativa, etc.). Información de Interés. Información considerada de interés en el área de tráfico (Plan Prever, tasas, etc.).

Consultas: Permite la realización de consultas online. Direcciones Web. Enlaces a diferentes páginas Web de interés.

Publicaciones: Diversas publicaciones sobre temas laborales.

Transporte: Legislación al Día. Legislación publicada diariamente en los diversos boletines estatales. Legislación Específica. Legislación en materia de transportes.

Consultas: Permite la realización de consultas online.

Direcciones Web: Enlaces a diferentes páginas Web de interés.

Publicaciones: Diversas publicaciones sobre temas de transportes.

Extranjería: Entrada en España. Permanencias de menos y de más de 90 días (Visados). Nacionalidad. Adquisición de la nacionalidad, para nacidos fuera y dentro de España. Régimen

comunitario. Régimen aplicable a los comunitarios. Residencia. Información relativa al permiso de residencia. Autorización residencia excepcional. Supuestos de autorizaciones de residencia temporal por circunstancias excepcionales (arraigo laboral, razones humanitarias, etc.).

Trabajo: Información relativa al permiso de trabajo. Reagrupación familiar. Sección dedicada a los derechos de los extranjeros a la reagrupación familiar.

Retornados: Sección dedicada a los emigrantes retornados.

Doc. Identificativos: Información sobre TIE, NIE, permiso de conducir. Homologación de títulos. Homologación de títulos de enseñanza universitaria y no universitaria. Procedimiento de Normalización. Información sobre procedimiento especial de normalización de extranjeros.
Civil: Obligaciones y Contratos. Legislación, Jurisprudencia, Modelos y Manual explicativo en materia de Obligaciones y *Contratos*.

Sucesiones: Legislación, Jurisprudencia, Modelos y Guía Práctica en materia de Sucesiones. Derechos Reales. Legislación, Jurisprudencia, Modelos y Régimen Jurídico de los Derechos Reales. Derechos de las Personas. Legislación, Jurisprudencia y Régimen Jurídico de los Derechos de la Persona.

Legislación: Actualidad Legislativa B.O.E. Legislación de interés publicada diariamente en el BOE Actualidad Legislativa de las Comunidades. Legislación de interés publicada en los diferentes boletines autonómicos. BOE Online. Acceso a consulta online del Boletín Oficial del Estado. Boletines Oficiales de las Comunidades. Acceso a la consulta online de los diferentes boletines autonómicos. Boletines Oficiales de las Provincias. Acceso a la consulta online de los diferentes boletines provinciales. Leyes Presupuestarias. Leyes de presupuestos y acompañamiento. B.D. Legislación Online. Acceso a base de datos de legislación.

Ayudas Y Subvenciones: Ley de Subvenciones. Acceso a legislación relativa a subvenciones. Actualidad de Ayudas y Subvenciones. Actualidad sobre ayudas y subvenciones. B. Datos de Ayudas y Subvenciones. Acceso a la base de datos de ayudas y subvenciones.

Consultas: Permite la realización de consultas online.

Direcciones Web: Enlaces a diferentes páginas Web de interés. Publicaciones. Diversas publicaciones sobre temas de ayudas y subvenciones.

Martínez Ojeda y Asociados Asesores Legales Financieros y Tributarios, S.L.:

Asesoramiento Financiero y Corporate Finance. Área de asesoramiento legal. Derecho societario y contratación mercantil. Fusiones y adquisiciones. Derecho concursal. Derecho procesal. Derecho inmobiliario y urbanístico. Derecho laboral. Auditoría. Auditoría fiscal. Asesoramiento y planificación fiscal. Fiscalidad internacional. Empresa familiar. Adquisiciones, transmisiones y liquidaciones de empresas. Re-estructuraciones empresariales y operaciones de concentración y desconcentración: fusiones, escisiones y otras operaciones especiales. Defensa técnica en inspecciones. Preparación de consultas administrativas, contestación a requerimientos, reclamaciones y recursos en vía administrativa y judicial. Asesoramiento contable. Organización y Gestión de Recursos Humanos. Investigación de Mercado. Investigación y Análisis de Oportunidades (IAO).

Auren Consultores Mediterráneo, S.L.:

Consultoría: Calidad. Prevención de Riesgos Laborales. Medioambiente. Logística. Gestión de Operaciones. Tecnologías de la Información. e-Business. Organización y Recursos Humanos. Selección de Personal. Consultoría Económico-Financiera.

Marketing: Urbanismo Comercial y Estudios Territoriales. Consultoría de Comunicación. Desarrollo Corporativo. Sector Público. Entidades no lucrativas. Formación.

Asesoría: Asesoría Fiscal. Asesoría Contable. Asesoría Mercantil. Asesoría Laboral.

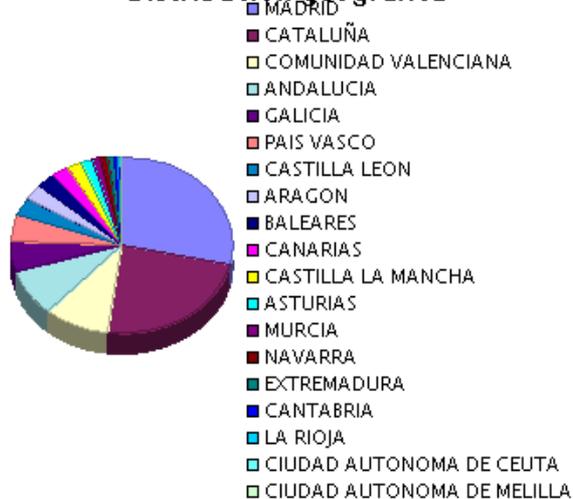
Auditoría: Ámbito Económico-Financiero. Sectores con Regulación Específica. Ámbito de la Gestión Empresarial. Ámbito Judicial. Sector Público.

Abogados: Derecho Mercantil y de Sociedades. Derecho Tributario. Derecho Laboral. Derecho Procesa. Derecho Administrativo. Derecho Urbanístico e Inmobiliario. Derecho Medioambiental.

ANEXO 2.12. Distribución Geográfica

Empresas	Empresas	
	Número	%
MADRID	4.200	28,53
CATALUÑA	3.463	23,52
COMUNIDAD VALENCIANA	1.386	9,41
ANDALUCIA	1.268	8,61
GALICIA	808	5,49
PAIS VASCO	744	5,05
CASTILLA LEON	459	3,11
ARAGON	412	2,79
BALEARES	408	2,77
CANARIAS	376	2,55
CASTILLA LA MANCHA	339	2,30
ASTURIAS	234	1,59
MURCIA	181	1,23
NAVARRA	154	1,04
EXTREMADURA	134	0,91
CANTABRIA	75	0,51
LA RIOJA	59	0,40
CIUDAD AUTONOMA DE CEUTA	12	0,08
CIUDAD AUTONOMA DE MELILLA	6	0,04

Distribución geográfica



Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística

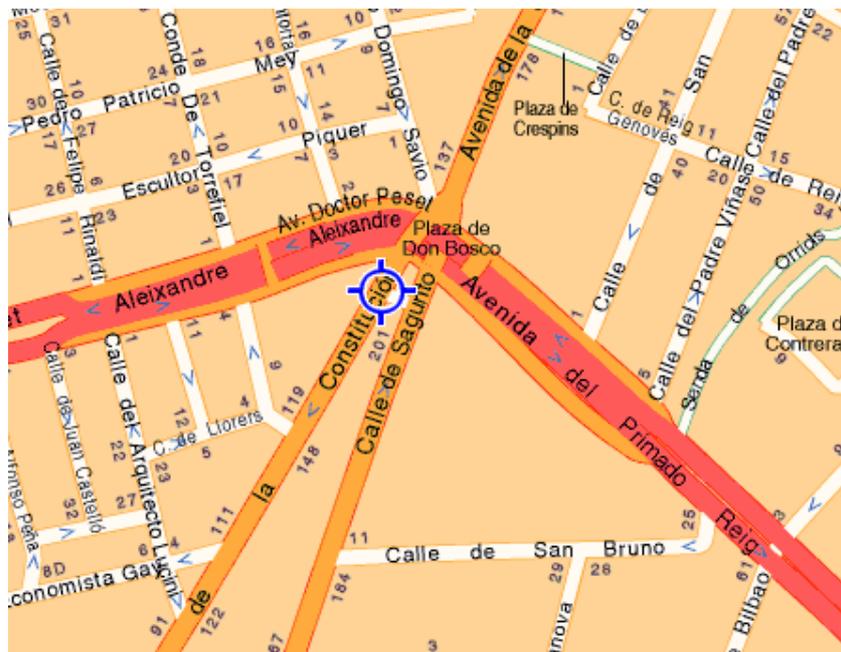
ANEXO 2.13. Mapa de localización de las principales empresas

MARTINEZ Y OJEDA. C/TRANSITS, 2. CP: 46002, VALENCIA



Fuente: Google Maps

AUREN. AVDA. CONSTITUCIÓN 162, CP:46009. VALENCIA



Fuente: Google Maps

ANEXO 2.14. Los datos sobre exportaciones e importaciones del sector

**RANKING MUNDIAL PAÍSES EXPORTADORES
DE SERVICIOS 2009**

PAÍS	1.000 MILL. US \$	% S/T
ESTADOS UNIDOS	470	14
REINO UNIDO	240	7
ALEMANIA	215	6
FRANCIA	140	4
CHINA	129	4
JAPÓN	124	4
ESPAÑA	122	4
SUBTOTAL PRINCIPALES	1.440	44
TOTAL EXPORTACIÓN	3.310	100

Fuente: OMC

**ÍNDICE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS- ESPAÑA
DESGLOSE POR TIPO DE SERVICIO 2009 4º TRIMESTRE**

	Índice cuarto trimestre	% de variación sobre igual periodo del año anterior	
		Del trimestre	De todo el año
ÍNDICE GENERAL	106,6	-1,9	-7,9
Transporte	77,1	-15,7	-20,6
Comunicaciones	94,1	-10,1	1,4
Construcción	81,7	-38,6	-27,9
Seguros	79,2	-20,7	-1,8
Financieros	85,8	-6,4	-14
Informática e información	107,1	-0,9	-0,2
Royalties y derechos de licencia	101,4	-7,8	0,5
Empresariales	185,9	22,5	8,7
Personales, culturales y recreativos	116,2	44,8	-22,1
Gubernamentales	72,0	-5,4	-16,9

Fuentes ECIS-INE

ANEXO 2.15. Contabilidad Nacional Trimestral de España

Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2010

Contabilidad Nacional Trimestral Base 2010

**Producto Interior Bruto. Volumen encadenado referencia año 2000
Datos corregidos de efectos estacionales y de calendario**

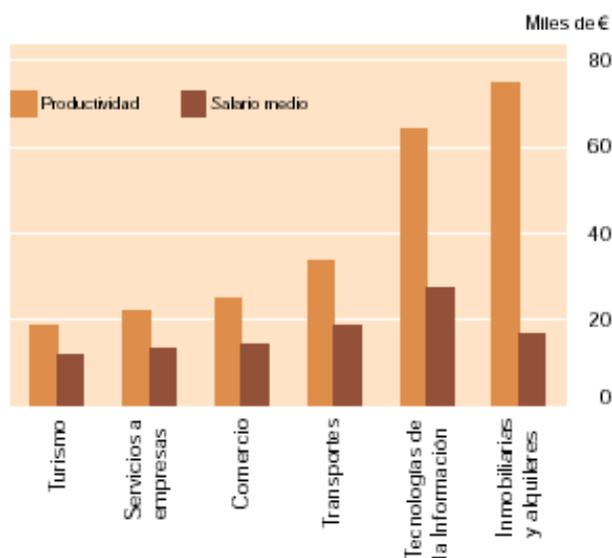
Unidades:Tasas

	Variación anual
2010TIII	0,2
2010TII	0
2010TI	-1,4
2009TIV	-3
2009TIII	-3,9
2009TII	-4,4
2009TI	-3,5

Fuente: INE

ANEXO 2.16.1 Los sectores más productivos

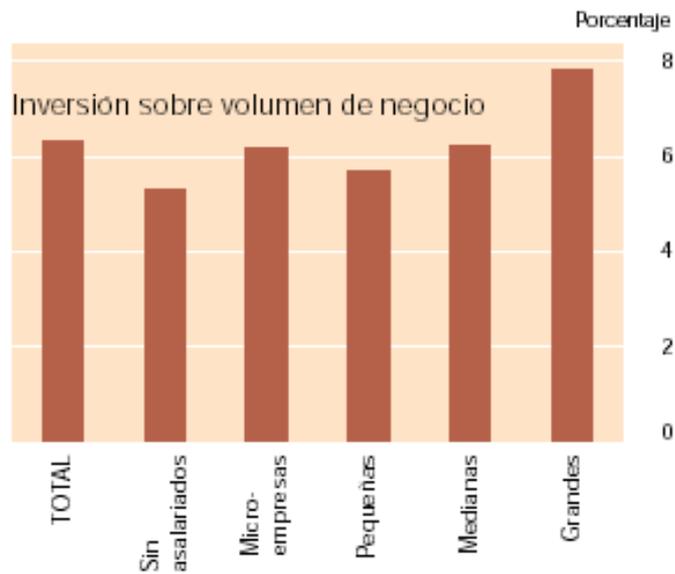
Los sectores más productivos (excepto las empresas inmobiliarias) remuneran mejor a sus asalariados



Fuente: INE

ANEXO 2.16.2 Inversión media por empresa

Las pequeñas también invierten



Fuente: INE

ANEXO 2.17. La media de rentabilidad de los fondos propios

Empresas analizadas

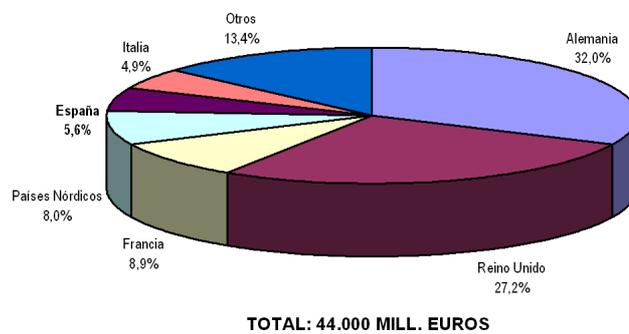
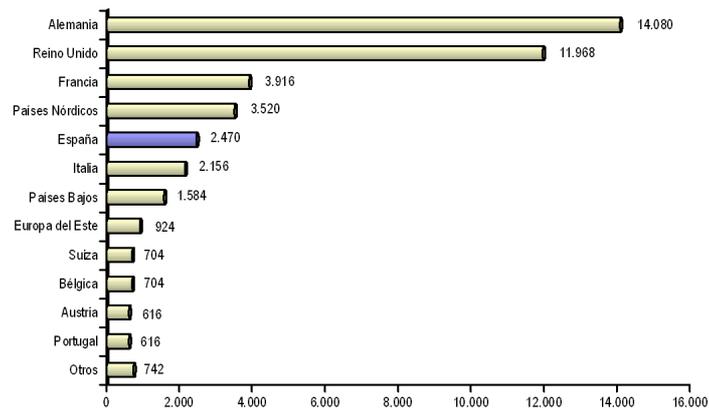
Abante	Deloitte	Laplaza Asesores
Adade	DLA Piper	Lavinia
AEA	Écija	Legálitas
Attest	Elzaburu	Linklaters
Audihispana Grant Thornton	Ernst & Young	Lovells
Auditia-IGAF	Faura-Casas	Mazars
Auren	Garrigues	Moore Stephens
Baker & McKenzie	Gassó-RSM	P&A
Barrilero	Gómez-Acebo & Pombo	PKF Audiec
BDO	HispaJuris	PricewaterhouseCoopers
Clifford Chance	Horwath	Roca Junyent
CMS Albiñana & Suárez de Lezo	Iberaudit Auditores	Sagardoy
Confeauditores	Inpact	Seraudit
Cremades & Calvo Sotelo	KPMG	UHY Fay & Co.
Cuatrecasas, Gonçalves Pereira	Laes Nexia	Uría & Menéndez

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2009		El volumen de negocio creció un 3% en 2009
► Facturación auditoras (mill. euros)	2.685	La evolución de la facturación de las empresas de auditoría registró una notable ralentización en 2009, derivada del sensible deterioro de la coyuntura económica y de la fuerte presión sobre las tarifas. Así, frente al 12,3% del año anterior, en 2009 se registró un crecimiento del 3,3% , hasta los 2.685 millones de euros.
- Auditoría	1.290	
- Consultoría	417	
- Asesoría fiscal/legal	760	
- Corporate finance	218	
► Mercado asesoría legal (mill. euros)	4.425	A pesar del aumento del número de revisiones y de las horas facturadas, el segmento de auditoría se vio penalizado por el descenso de los honorarios medios, moderándose su crecimiento hasta el 2,4% . El área de asesoría fiscal/legal de las firmas auditoras registró un crecimiento del 2,7% , sustentado en el comportamiento anticíclico de determinadas especialidades. La debilidad de otras áreas de actividad impulsó a las auditoras a potenciar el segmento de consultoría , que aumentó por encima del 11% .
► Crecim. facturación auditoras (%)	+3,3	
- Auditoría	+2,4	
- Consultoría	+11,2	
- Asesoría fiscal/legal	+2,7	
- Corporate finance	-3,1	
► Crecim. mercado asesoría legal (%)	+1,3	El mercado de asesoría legal , incluyendo los servicios prestados por auditoras y despachos de abogados, creció un 1,3% en 2009 (+9,3% en 2008), para situarse en 4.425 millones de euros.

Fuente: INE

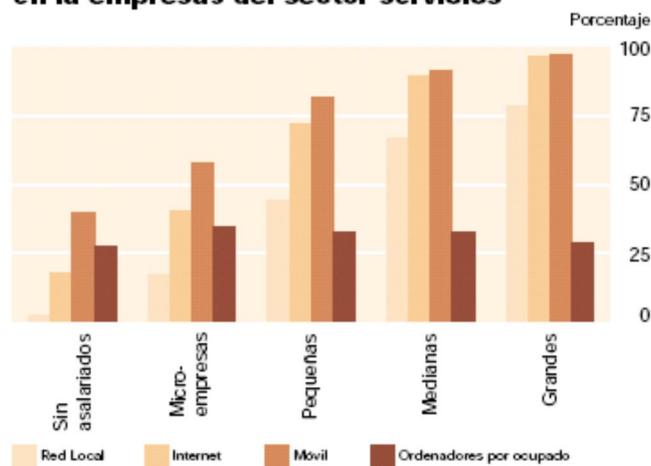
ANEXO 2.18. La comparación de los precios con el exterior



Fuente: INE

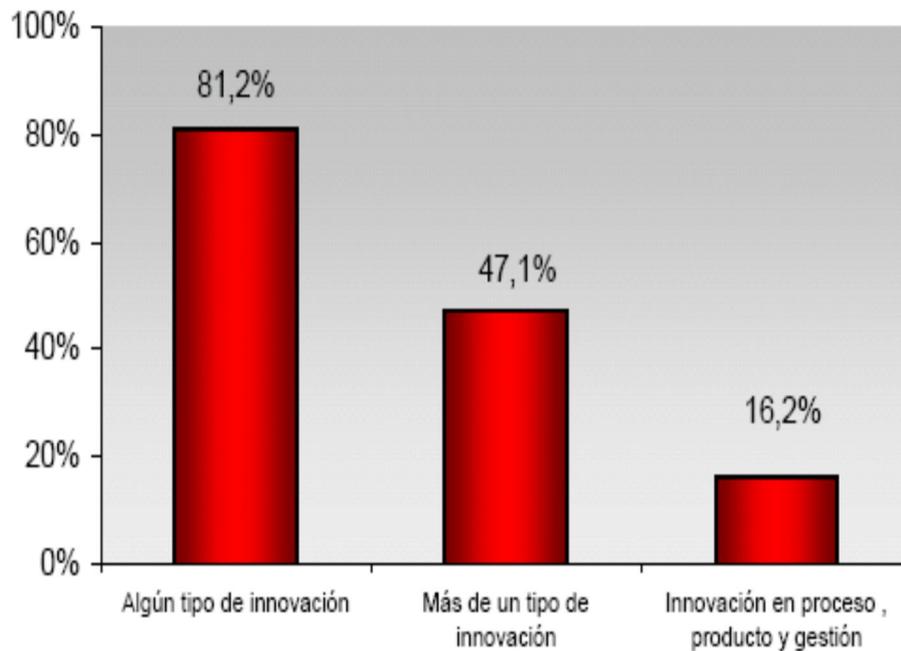
ANEXO 2.19. El grado de investigación, desarrollo e innovación

Porcentaje de uso de las nuevas tecnologías en la empresas del sector servicios



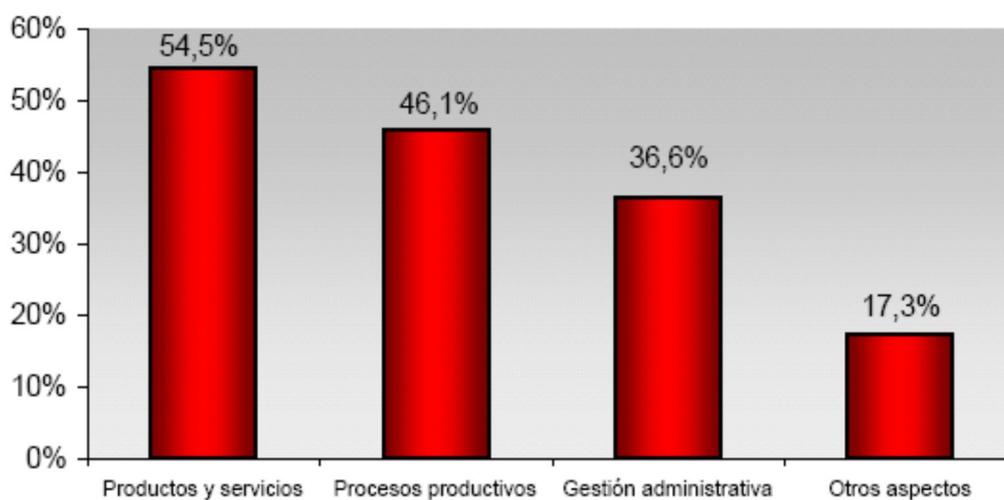
Fuente: INE

ANEXO 2.20. La Innovación En La Industria Valenciana



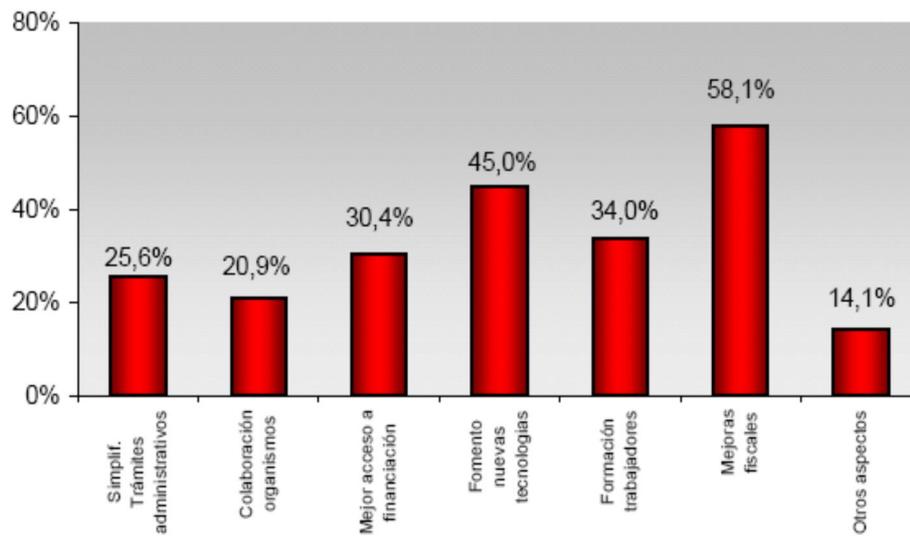
Fuente: INE

ANEXO 2.21. Empresas industriales de Valencia que han realizado procesos de innovación en los dos últimos años



Fuente: INE

ANEXO 2.22. Aspectos Que Impulsarían La Innovación



Fuente: INE

ANEXOS CAPÍTULO III

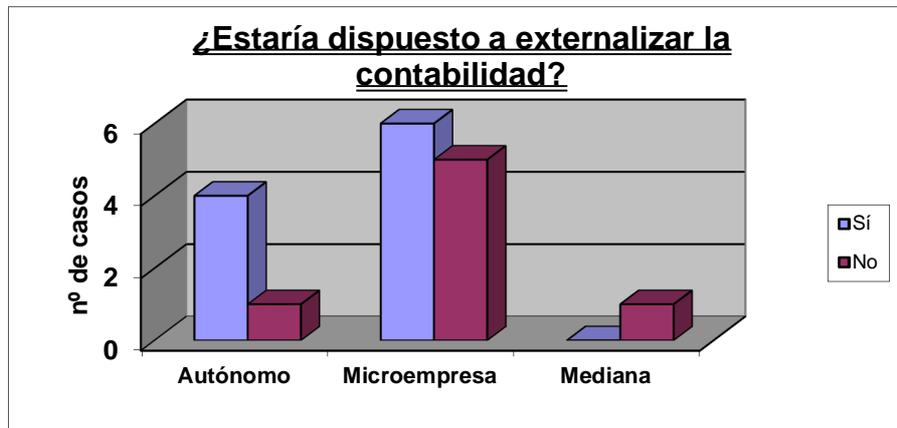
TABLA 3.1. Nuestros productos

ASESORIA:	
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>	Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes
(Hasta 100 Documentos/mes)	Certificado INEM de periodos de inscripción
(Hasta 200 Documentos/mes)	Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>	Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos
Servicios de Asesoría Judicial a Empresas (Autónomos y Sociedades)	Fe de vida laboral, certificado de cotización
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.
Paquete de Asesoría Laboral (De 4 a 5 Trabajadores)	
Paquete de Asesoría Laboral (De 6 a 8 Trabajadores)	
Paquete de Asesoría Laboral (De 9 a 11 Trabajadores)	
Paquete de Asesoría Laboral (De 12 a 15 Trabajadores)	
Paquete de Asesoría Laboral (De 16 a 20 Trabajadores)	
Servicio de Asesoría Fiscal a Empresario Individual	
Servicio de Asesoría Fiscal a Sociedades	
Declaraciones por módulos (trimestral)	
Declaraciones IRPF simplificada	
Declaraciones periódicas de IVA	
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	
Impuesto sobre sociedades	
Compra libros contables (unidad)	
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	
Exposición seguimiento contable	

Servicios de los colaboradores:
SERVICIOS INFORMÁTICOS
Servicio Instalación y Formación
Servicio Configuración de Redes (Paquete Básico)
Servicio Configuración de Redes (Avanzado)
Nuevo PC
Servicio online + Asistencia Remota
SERVICIO DERECHO
Servicios de Asesoría Judicial a Empresas (Autónomos y Sociedades)
SERVICIOS INGENIERÍA
Proyecto para licencia actividad
Certificado final de obra
Proyecto eléctrico
Fichas técnicas de vehículos

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 3.1. Disposición a la externalización



Fuente: Elaboración propia

TABLA 3.2. Calculo porcentaje empresas dispuestas a externalizar

	xi	Ni	%
Sí		10	59
No		7	41
		17	100

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO 3.3. Empresas dispuestas a externalizar



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3.1. Entrevista con empresarios

1 ¿Cuántos años tiene?

34

2 ¿A qué se dedica la empresa para la que trabaja?

Extintores

3 ¿Qué tamaño tiene la empresa?

Pequeña

4 ¿Cuánto hace que le lleva la contabilidad?

Desde los 26 años (8 años)

5 ¿Cómo captó al cliente?

Por un familiar

6 ¿Dónde le realiza la contabilidad?

Domicilio particular

7 ¿Cada cuánto tiempo le recoge la documentación?

1 vez al mes

8. ¿Lleva algún tipo de control con la documentación que recoge?

No.

9. ¿Qué sistema utiliza?

Recojo la documentación y cuando está todo registrado se la devuelvo

10 ¿Lleva algún tipo de registro al recogerla o devolverla?

No, con el registro en el sistema contable es suficiente

11 ¿Qué programa contable utiliza?

Conta Plus

12 ¿Ha tenido alguna vez problema con la documentación entregada?

Sí, más bien con la no entregada

Los problemas surgen cuando hacen algún tipo de operación que no me comunican en la fecha que corresponde

13 ¿Quién se responsabiliza en esos casos?

La empresa

14 ¿Les realiza análisis de su gestión económica?

Sí

15 ¿Con qué frecuencia?

1 vez al año

16 ¿Realiza usted la obligaciones tributarias de su cliente?

Sí, yo me encargo de efectuar las declaraciones, pasarlas a papel oficial y ellos se encargan de presentarla en los distintos organismos oficiales

17 ¿Cuánto le cobra al mes? 500 €

ANEXO 3.2. Encuesta

CUADERNILLO DEL CUESTIONARIO

ENCUESTA Empresas que la realizan por sus propios medios

Nombre empresa:

Número de empleados:

1. ¿Entre qué edades se encuentra?

Entre 24 y 35 Entre 36 y 45 más de 45

2. ¿Cuánto tiempo hace que se creó su empresa?

3. ¿La contabilidad de su empresa la realiza por sus propios medios?

Sí No



PASAR A LA OTRA ENCUESTA

4. ¿Le ocupa mucho tiempo?

Sí No

5. ¿Estaría dispuesto a externalizarla?

Sí No

6. ¿A quién contrataría?

Estudiaría

Conocido el mercado NS/NC

7. ¿En un principio tendría confianza?

Sí No

Preguntas en caso negativo:

¿Nos podría indicar la causa?

¿Qué necesitaría para conseguirla?

8. ¿Qué exigiría para conservarla?

9. ¿Le supondría desconfianza la salida de la documentación?

Sí No

10. ¿Qué grado de desconfianza?

Poca Media Alta

11. ¿Si además del servicio contable le ofrecieran

Servicios de Ing. Industrial, Abogacía e Informática,

le parecería interesante?

Sí No

12. ¿Cuál de ellos?

I.I. Ab. Inf.

13. ¿Añadiría alguno más? →

Sí No

¿Tiene cubiertos dichos servicios?

Sí No

14. ¿Cuál?

ENCUESTA Empresas que tienen contratado el servicio

Nombre empresa:

Número de empleados:

1. ¿Entre qué edades se encuentra?

Entre 24 y 35 Entre 36 y 45 Más de 45

2. ¿Cuánto tiempo hace que se creó su empresa?

3. ¿La contabilidad de su empresa la realiza por sus propios medios?

Sí No

4. ¿Cuánto hace que le prestan el servicio?

5. ¿Cómo contactó con ellos o ellos con Ud./s?

6. ¿Confía en la empresa que le lleva la contabilidad?

Sí No

7. ¿Qué grado de confianza le tiene?

Mucha Media Poca Nada

8. ¿Mejoraría algo del trabajo que le realizan?

Mucho Algo Nada

9. ¿Podría enumerar qué mejoraría?

10. ¿Ha tenido o tiene alguna vez problemas con la documentación de sus cuentas?

Normalmente Alguna Casi nunca No, nunca

11. ¿Han tenido algún detalle en una fecha determinada?

Sí, muchos En alguna ocasión No, nunca

12. ¿Recuerda cuál fue el último detalle que tuvieron con usted o su empresa?

13. ¿Visitan su empresa con asiduidad?

Sí No

14. ¿Podría decirnos aproximadamente la frecuencia?

1 vez / semana 2 veces / semana 3 veces / semana

1 vez / mes 2 veces / mes 3 veces / mes

15. ¿Cada cuánto tiempo le recogen la documentación?

Semanalmente Mensualmente Quincenalmente

Semestralmente Otros

SI ES MEDIANA (SEGUIR)

SI NO, IR A PREGUNTA (18)

16. ¿Le realizan análisis financieros?

Sí No

17. ¿Con qué asiduidad?

1 vez / mes 1 vez cada 6 meses 1 vez / año

18. ¿Dónde le realizan la contabilidad?

En su empresa En la oficina del contratado NS/NC Otros

19. ¿Sabe en todo momento donde están sus documentos?

Sí No

→ ¿Le ha supuesto algún problema?

Sí No

¿Podría decirnos cuál?

20. ¿Cómo calificaría los servicios que le prestan?

Excelentes Muy buenos Buenos

Regulares Malos Muy malos

20. ¿Considera que les paga...?

Mucho S/mercado Poco

21. ¿Ha pensado en alguna ocasión contratar a otro contable?

Sí No

- Observaciones

ANEXO 3.3. Resultados de las encuestas

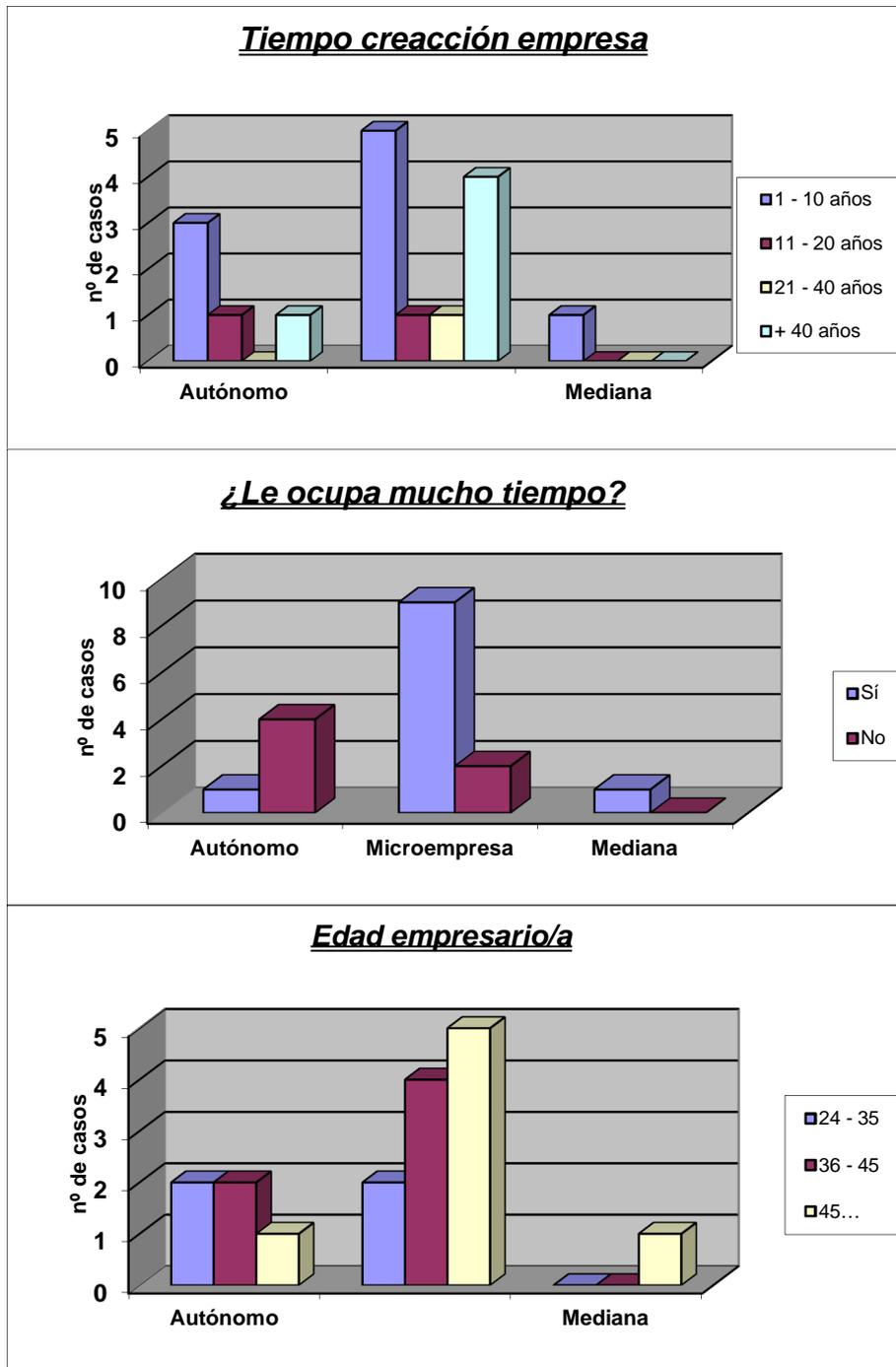
Datos obtenidos encuestas a empresas que la realizan por sus propios medios

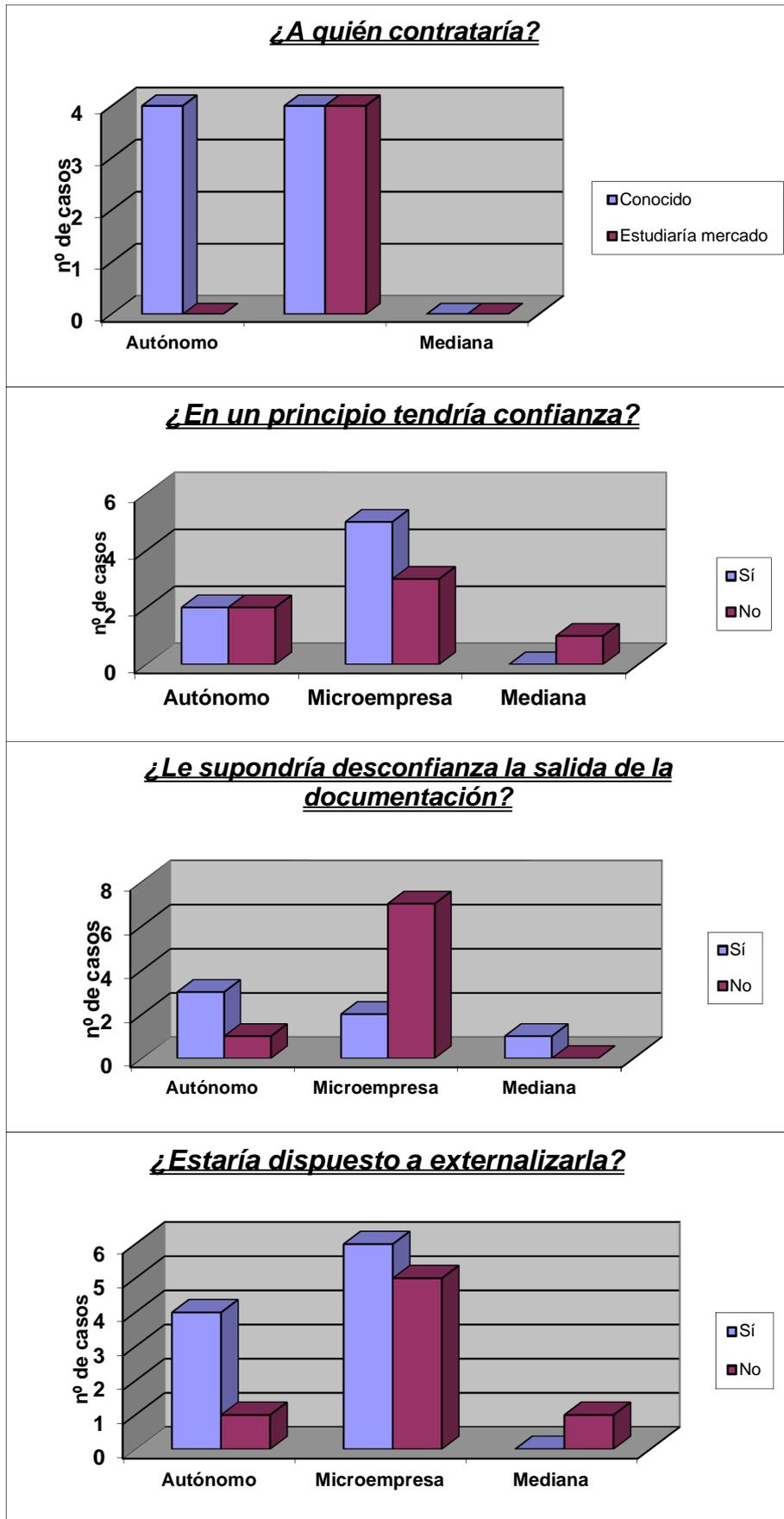
	Autónomo mo (1 trab.)	Microempr esa (2 - 10 trab.)	Mediana (50 - 240 trab.)
Nº. de empresas			
encuestadas	5	11	1
Edad empresario/a			
24 – 35	2	2	0
36 – 45	2	4	0
45...	1	5	1
Tiempo creación empresa			
1 - 10 años	3	5	1
11 - 20 años	1	1	0
21 - 40 años	0	1	0
+ 40 años	1	4	0
Ocupa mucho tiempo			
Sí	1	9	1
No	4	2	0
Dispuesto a externalizarla			
Sí	4	6	0
No	1	5	1
A quién contrataría			
Conocido	4	4	0
Estudiaría mercado	0	2	0
En un principio tendría confianza			
Sí	2	5	0
No	0	3	0

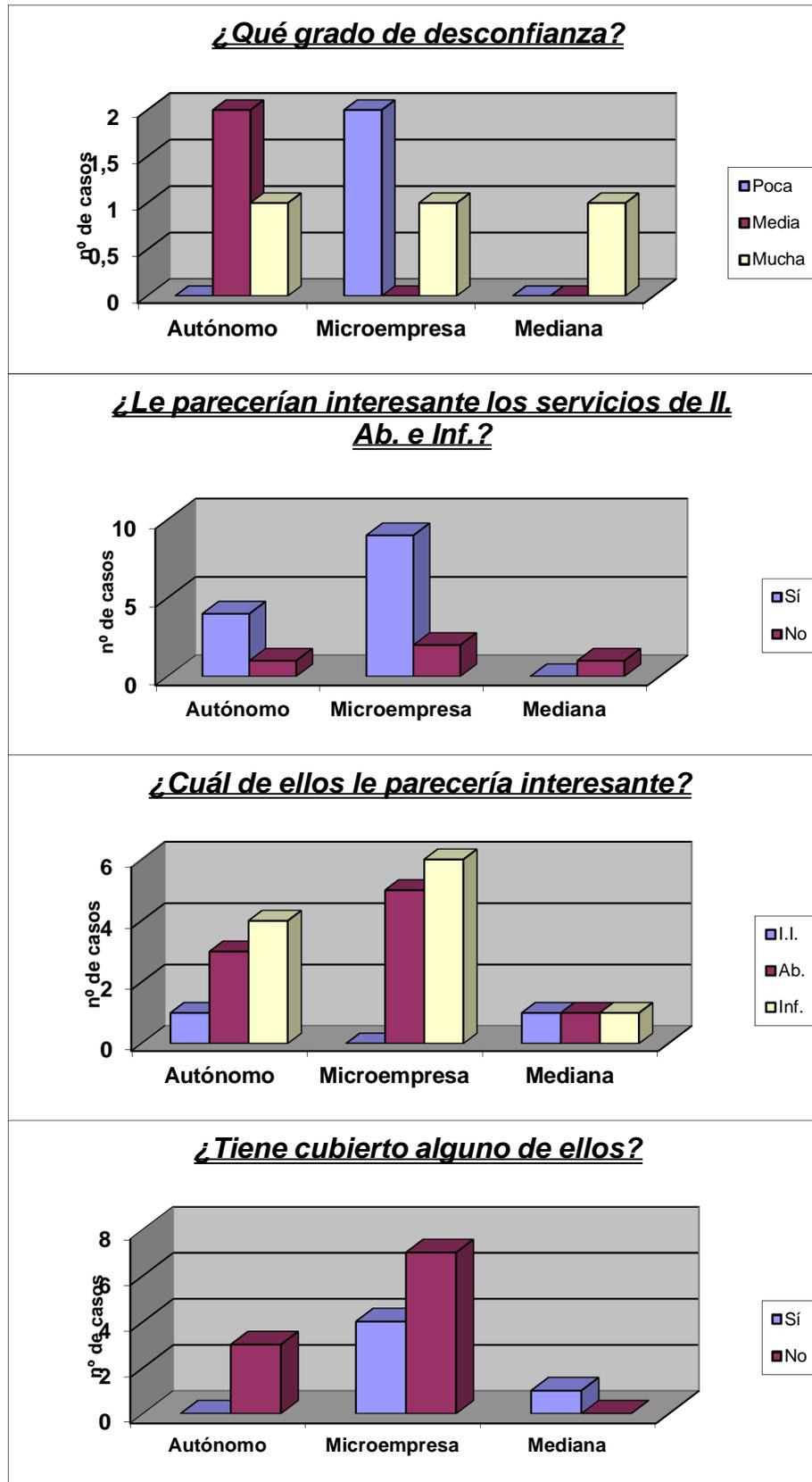
Desconfianza salida documentación			
Sí	3	3	0
No	0	4	0
Grado de desconfianza			
Poca	0	2	0
Media	2	0	0
Mucha	1	1	0
Otros servicios			
Sí	4	9	0
No	1	2	1
Cubiertos			
Sí	0	4	0
No	3	7	3
Cuales			
I.I.	1	0	1
Ab.	3	0	1
Inf.	3	0	1
Alguno más			
Sí	1	6	0
No	2	3	1
Cual			
Laboral	1	6	0
Fiscal	0	1	0

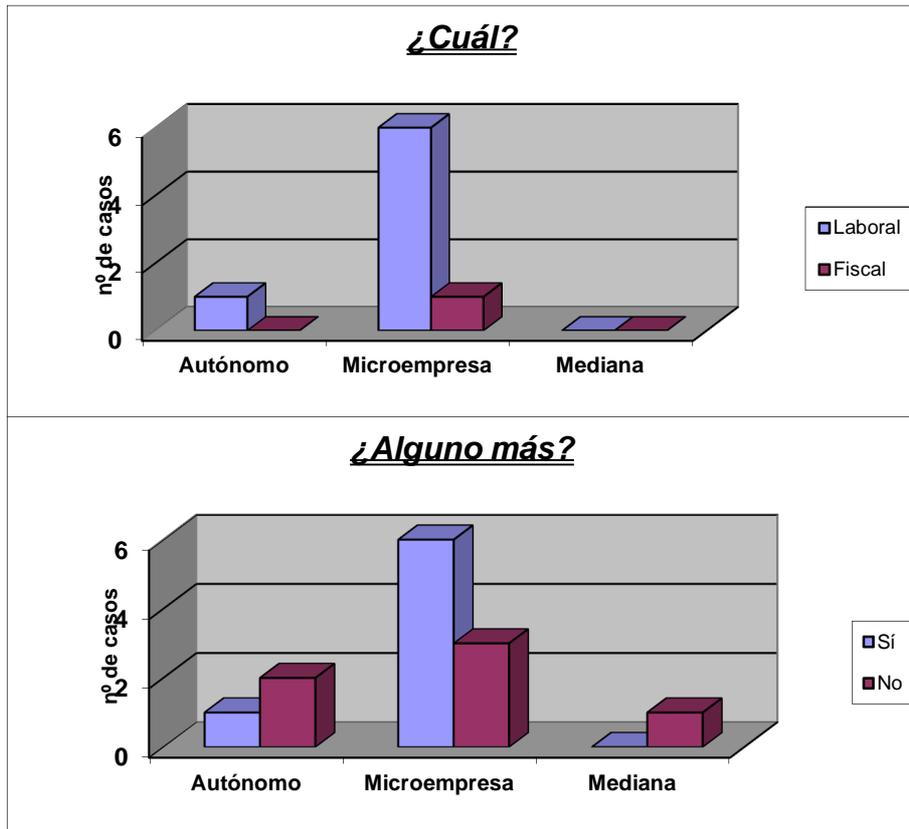
Fuente: Elaboración propia

Representación Gráfica. Datos obtenidos encuestas a empresas que la realizan por sus propios medios









Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos encuestas empresas que tienen contratado el servicio

	Autónomo	Microempresa	Pequeña	Mediana
	(1 trab.)	(2 - 10 trab.)	(10 - 49 trab.)	(50 - 240 trab.)
<i>Nº. empresas encuestadas</i>	2	15	2	3
Edad empresario/a				
24 – 35	0	3	1	0
36 – 45	1	8	1	0
45...	1	4	0	3
Tiempo creación empresa				
1 - 10 años	2	8	0	1
11 - 20 años	0	2	1	0
21 - 40 años	0	3	0	0
+ 40 años	0	2	1	2
Cuanto hace que le prestan el servicio				
1 - 10 años	2	10	1	2
11 - 20 años	0	1	1	1
21 - 40 años	0	1	0	0
+ 40 años	0	2	0	0
Como contactó				
Publicidad	0	6	0	1
Conocido	1	9	2	2
Familiar	1	0	0	0
Confía en la empresa				
Sí	2	12	1	1
No	0	3	1	2
Grado confianza				
Mucha	2	5	1	1
Media	0	5	1	1
Poca	0	1	0	1
Nada	3	1	0	0

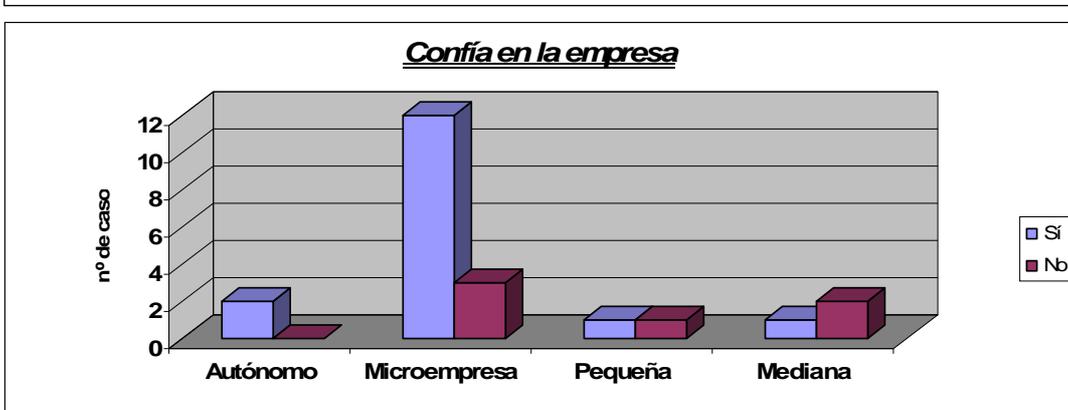
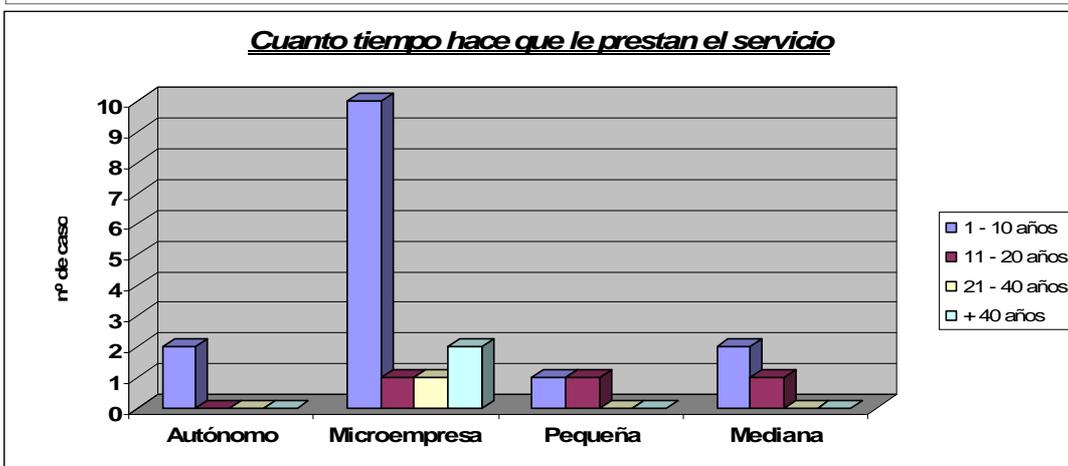
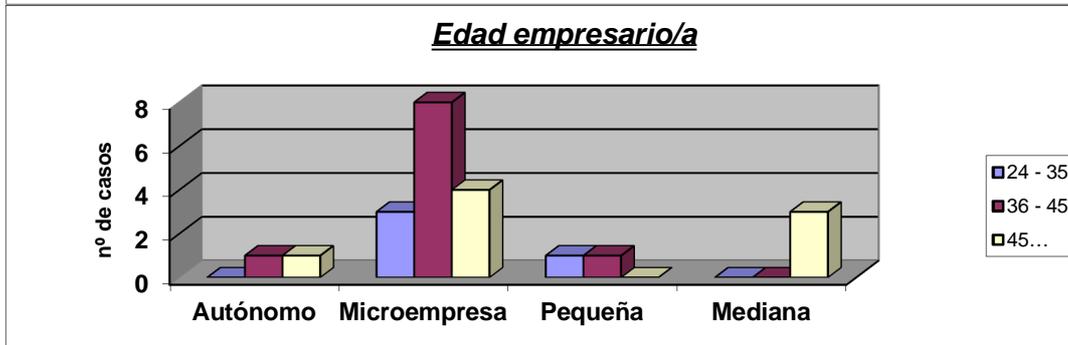
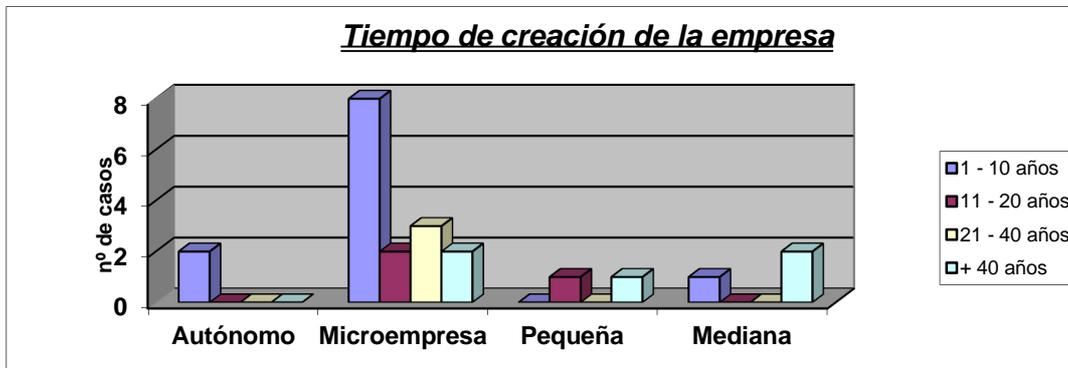
Mejoraría algo				
Mucho	0	2	0	0
Algo	0	7	2	3
Nada	2	6	0	0
Problemas con la documentación				
Normarmente	0	0	0	0
Alguna	0	2	1	1
Casi nunca	0	2	0	2
Nunca	2	11	1	0
Han tenido detalles				
Muchos	1	0	0	0
En alguna ocasión	1	6	0	2
No, nunca	0	10	2	1
Visitan la empresa con asiduidad				
Sí	1	7	1	2
No	1	8	1	1
Con qué frecuencia				
1 vez/semana	0	3	0	1
2 veces/semana	0	1	0	0
1 vez/mes	0	4	1	1
2 veces/mes	1	1	0	0

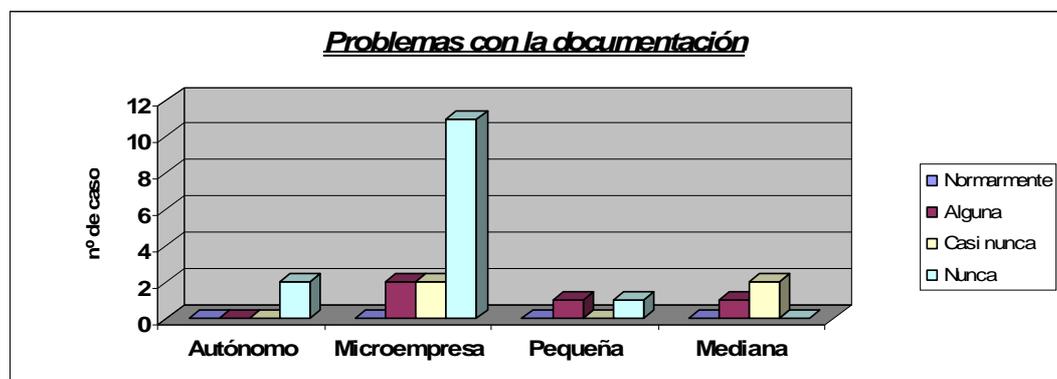
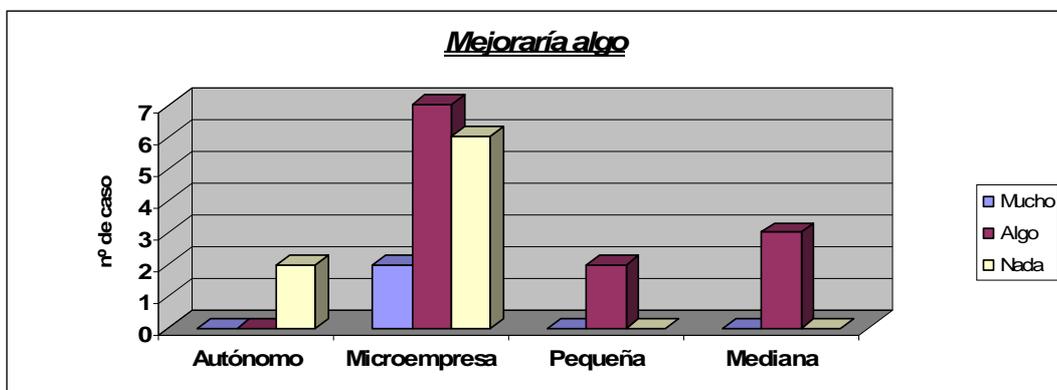
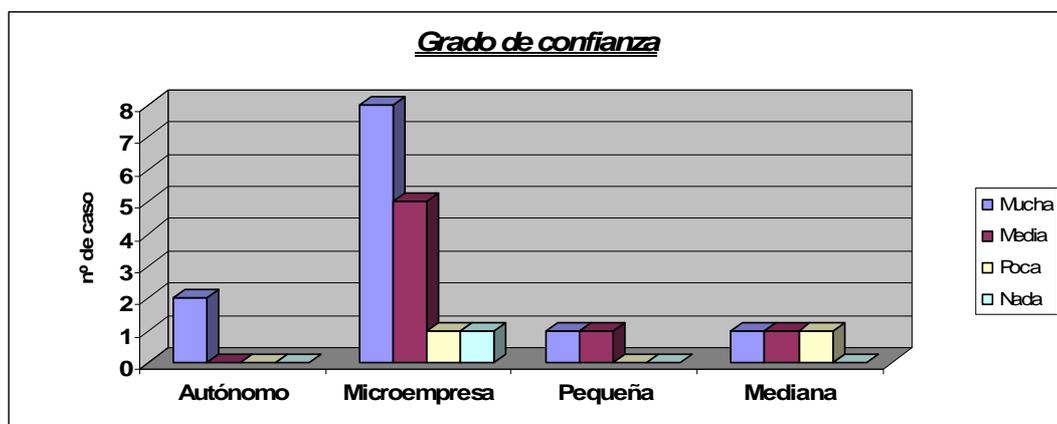
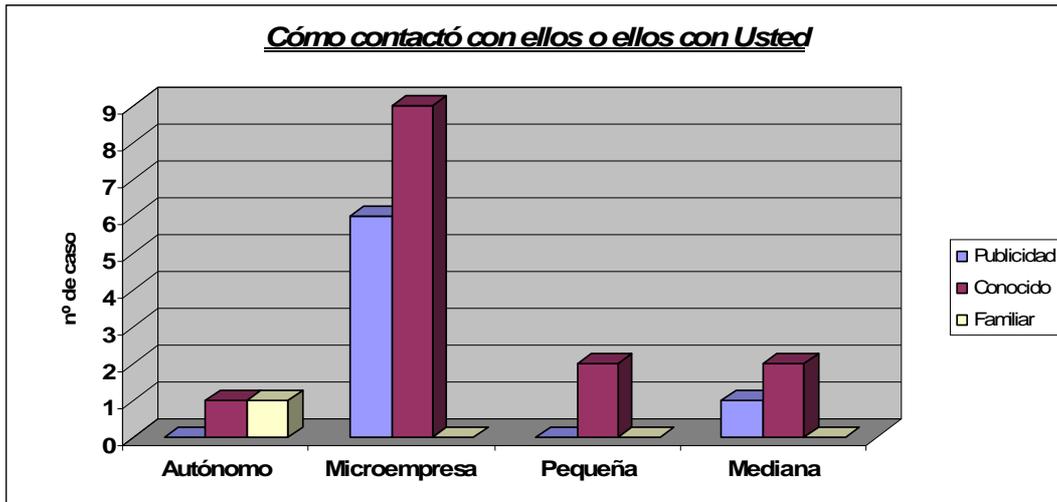
Nunca	1	6	1	1
Cada cuanto recogen la documentación				
1 vez/semana	0	2	0	0
1 vez/mes	0	6	1	0
2 veces/mes	1	0	0	1
Semestralmente	0	1	0	1
La lleva el empresario	1	6	1	1
Análisis financieros				
Sí	0	5	1	2
No	2	10	1	1
Con qué asiduidad				
1 vez/mes	0	0	0	0
1 vez cada 6 meses	0	2	0	2
1 vez/año	0	3	1	0
Dónde realizan la contabilidad				
En su empresa	0	0	1	0
En la oficina contratado	2	15	1	3
Sabe dónde está la documentación				
Sí	1	12	1	2
No	1	3	1	1

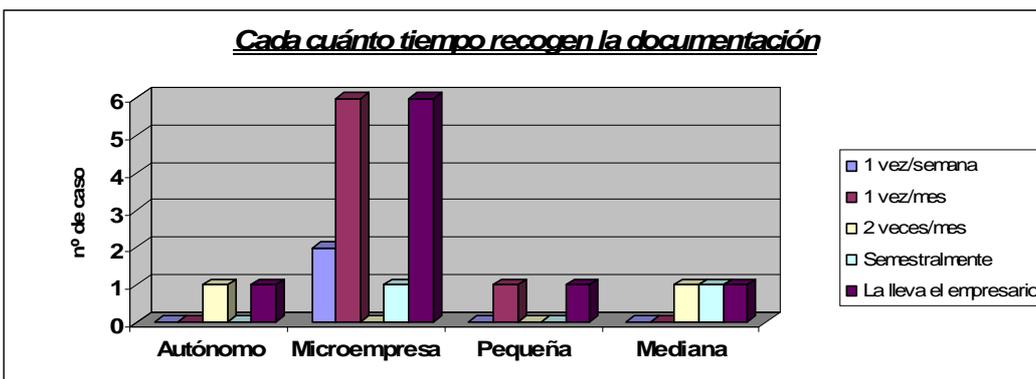
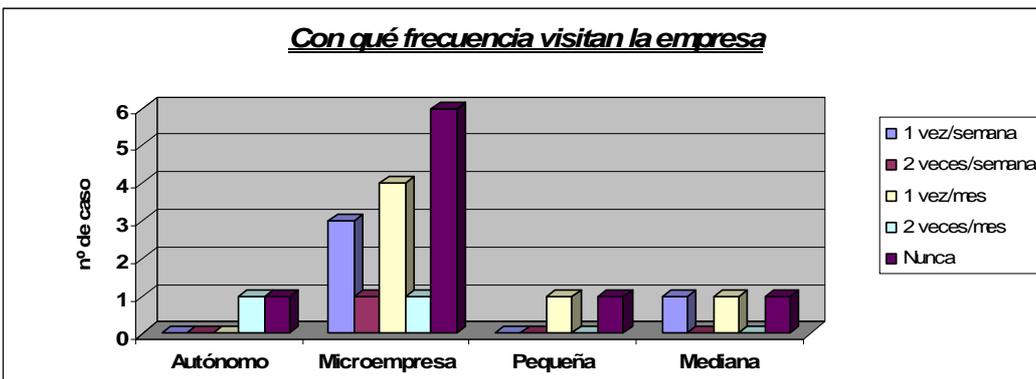
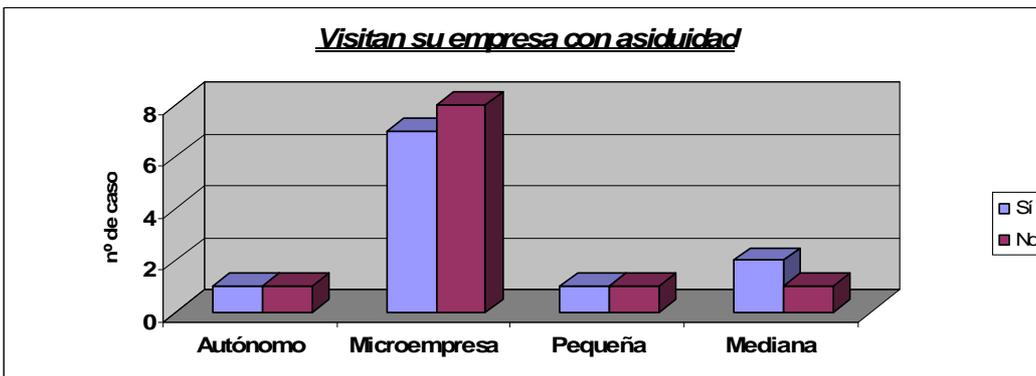
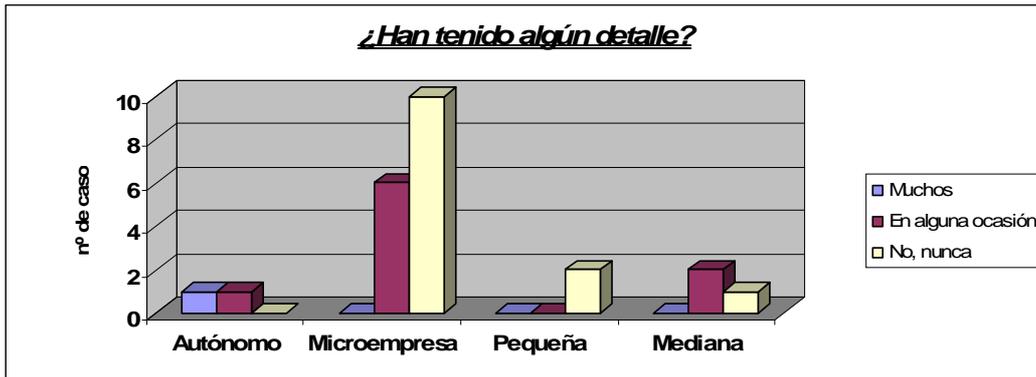
Le ha supuesto algún problema				
Sí	0	0	0	1
No	1	3	0	0
Calificación servicios				
Excelentes	1	1	0	0
Muy buenos	0	2	0	0
Buenos	1	7	1	1
Regulares	0	4	1	2
Malos	0	1	0	0
Les paga				
Mucho	0	5	2	2
S/mercado	2	9	0	1
Poco	0	1	0	0
Ha pensado contratar otro contable				
Sí	0	5	1	3
No	2	10	1	0

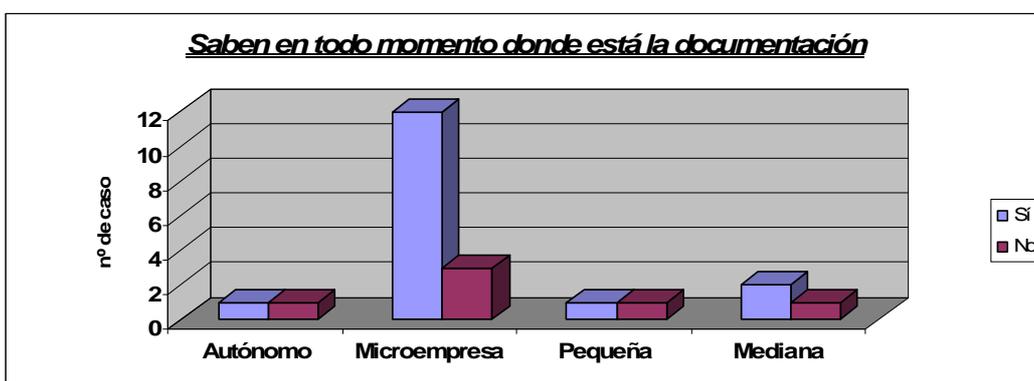
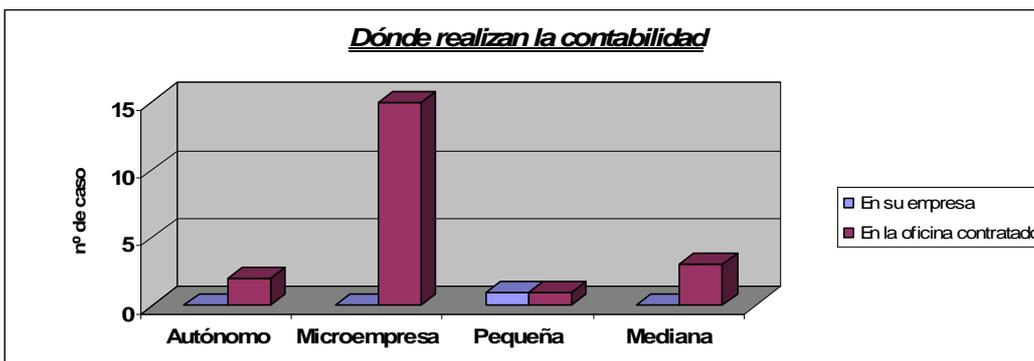
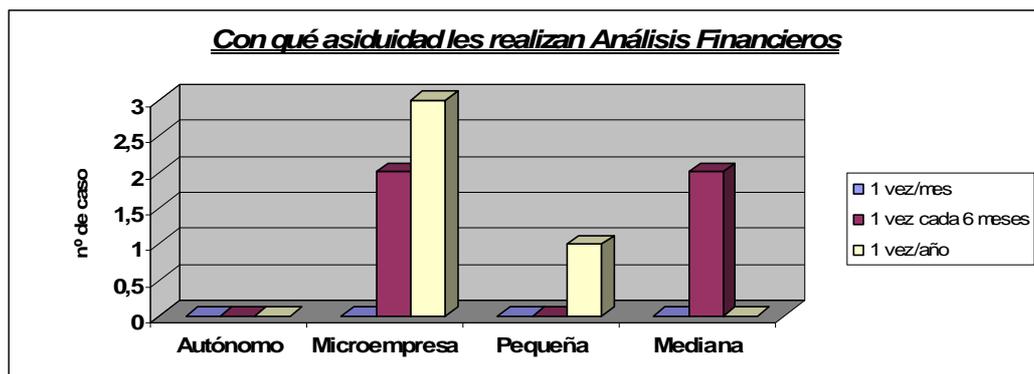
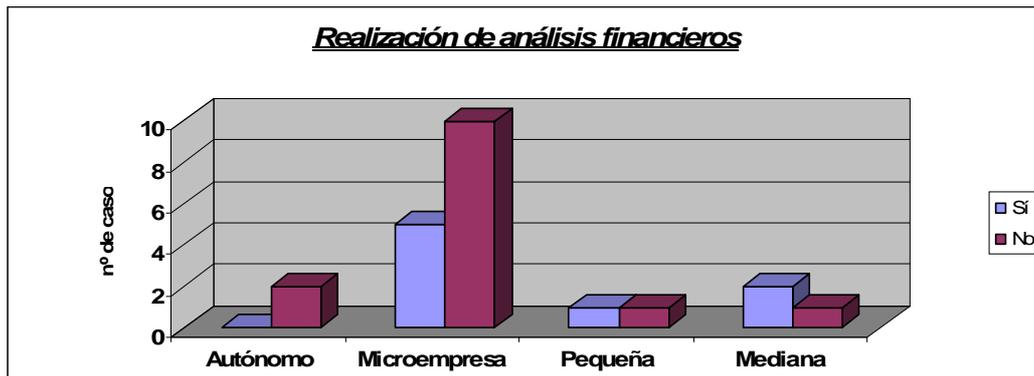
Fuente: Elaboración propia

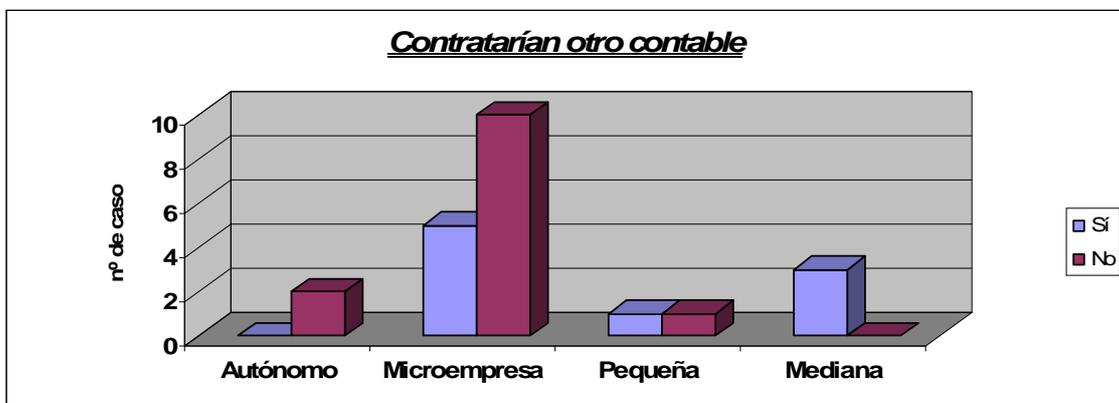
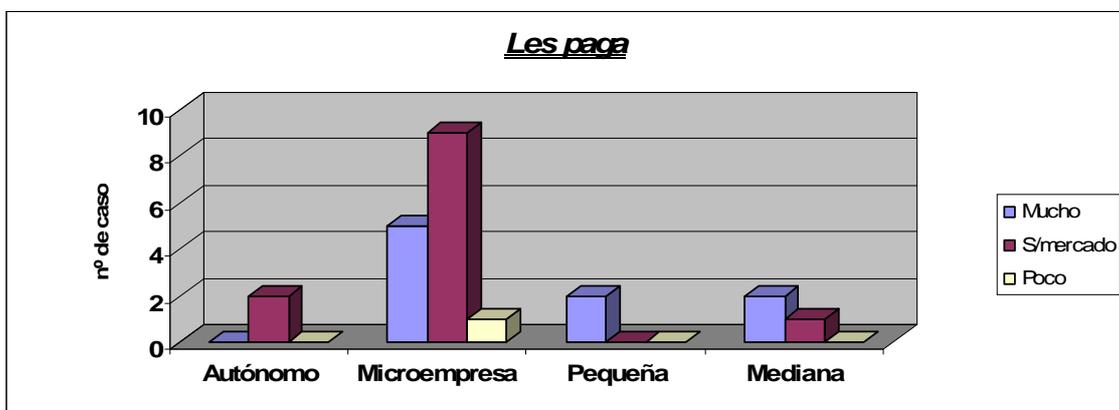
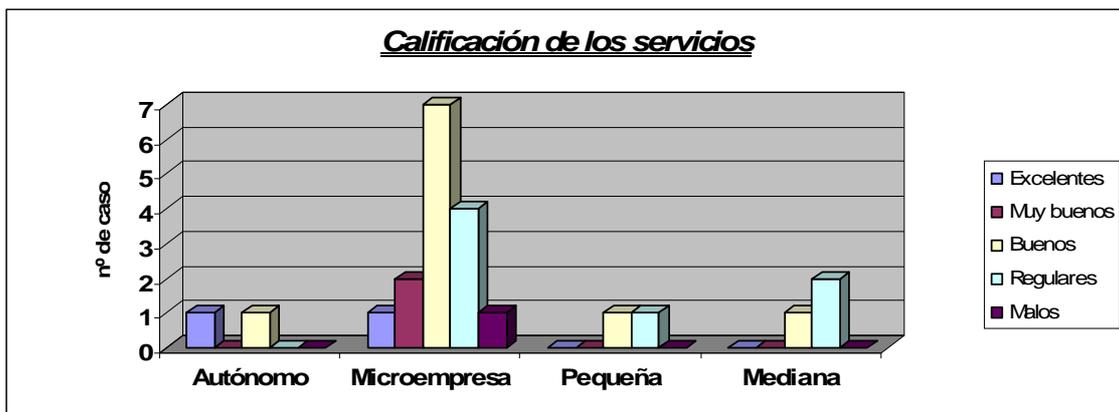
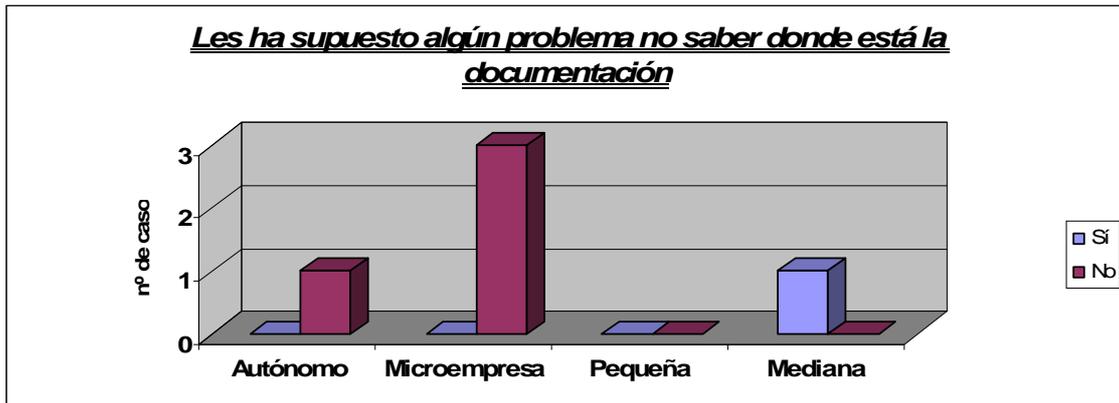
Representación Gráfica de los datos obtenidos encuestas empresas que tienen contratado el servicio







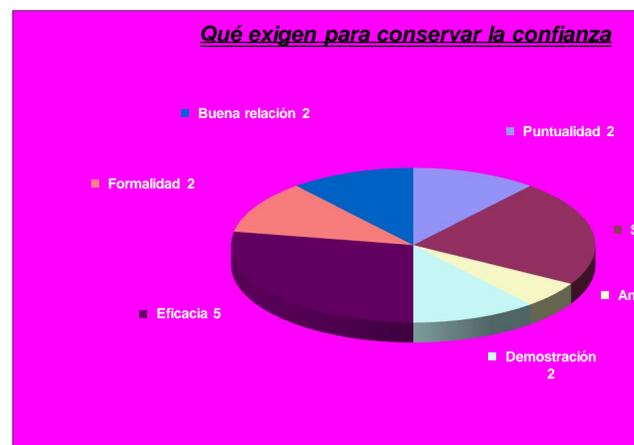
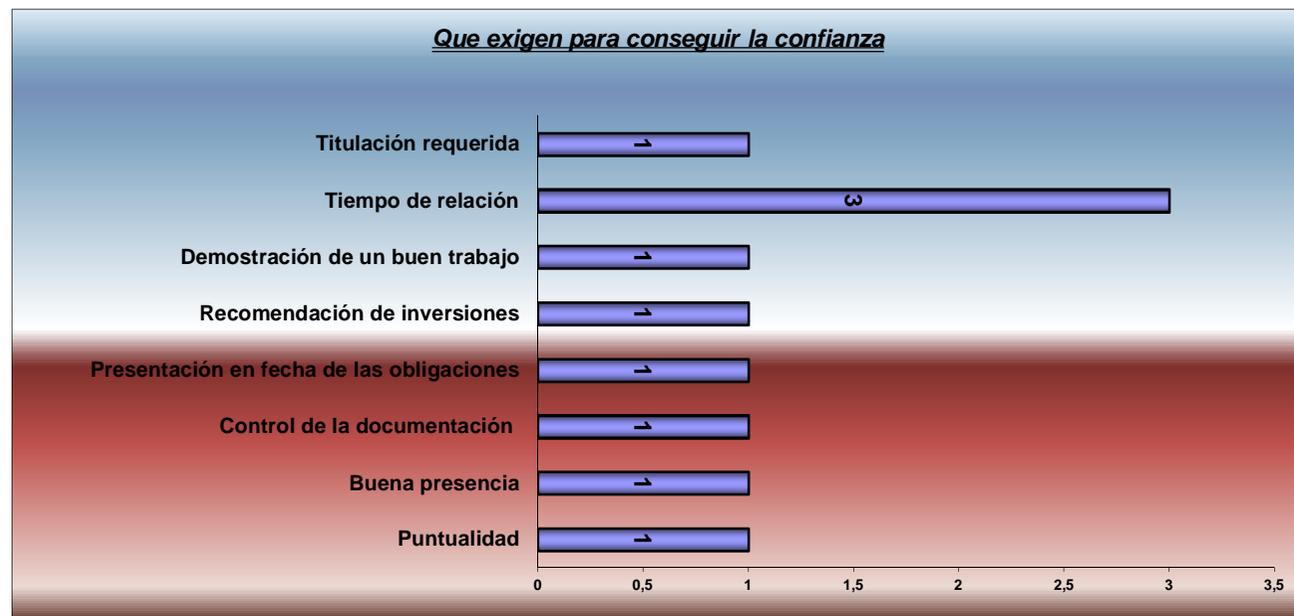




Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos y representación preguntas abierta empresas que la realizan por sus propios medios

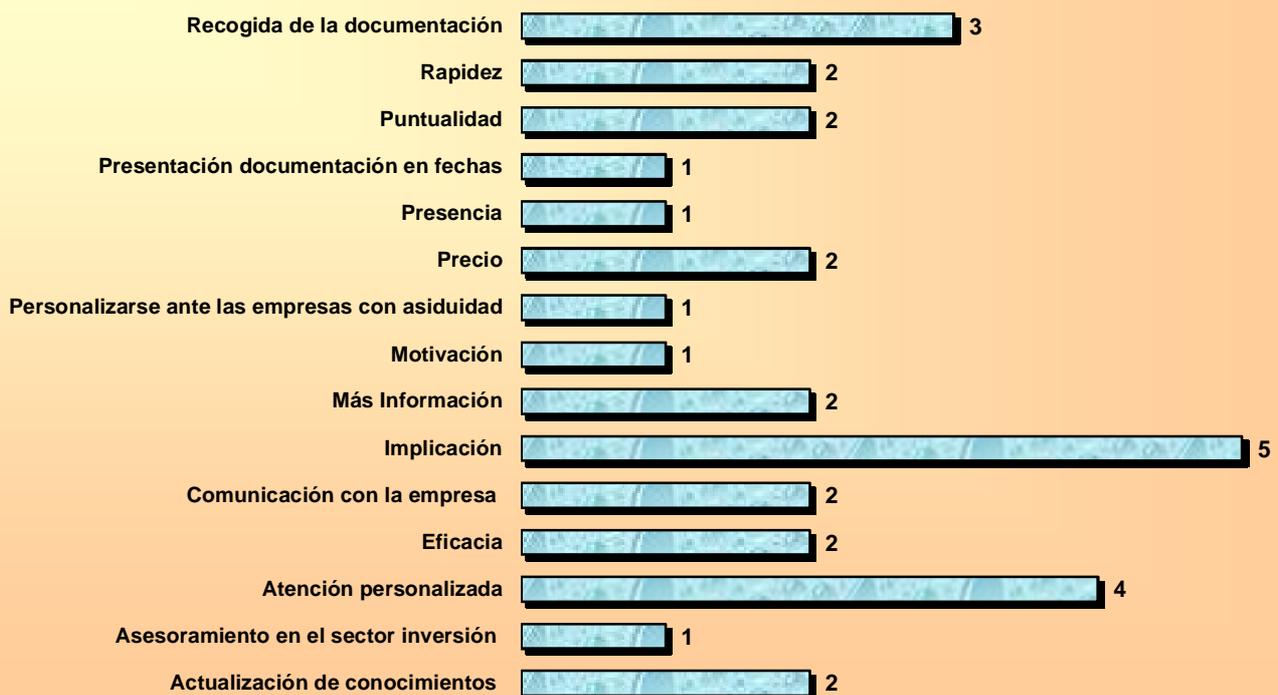
<i>¿Qué exigiría para conservar la confianza?</i>	Nº
Puntualidad	2
Seriedad	4
Análisis	1
Demostración	2
Eficacia	5
Formalidad	2
Buena relación	2
<i>¿Qué exigiría para conseguir la confianza?</i>	
Puntualidad	1
Buena presencia	1
Control de la documentación	1
Presentación en fecha de las obligaciones	1
Recomendación de inversiones	1
Demostración de un buen trabajo	1
Tiempo de relación	3
Titulación requerida	1
<i>Causa de no externalización</i>	
Por el coste que supone	3
Por estar satisfecho	3
No se fian	2



Empresas que tienen contratado el servicio

<i>Que mejoraría</i>	Nº
Actualización de conocimientos	2
Asesoramiento en el sector inversión	1
Atención personalizada	4
Eficacia	2
Comunicación con la empresa	2
Implicación	5
Más Información	2
Motivación	1
Personalizarse ante las empresas con asiduidad	1
Precio	2
Presencia	1
Presentación documentación en fechas	1
Puntualidad	2
Rapidez	2
Recogida de la documentación	3

Que mejorarían del servicio



ANEXO 3.5. Datos relevantes obtenidos, y conclusiones

Altas en el impuesto de actividades económicas. Tercer trimestre. Altas de actividades económicas según tipo.

	Quart Trimestre	Primer Trimestre	Segon Trimestre	Tercer Trimestre(*)	%
Industrials	150	177	133	84	3,7
Energia i aigua	1	3	0	0	0,0
Extracció i transformació de minerals	8	6	5	2	0,1
Transformació de metalls	41	55	37	21	0,9
Resta d'indústries manufactureres	100	113	91	61	2,7
Construcció	412	487	357	219	9,5
Comerç i servicis	2.399	2.767	1.881	1.248	54,3
Comerç,restaurants hostaleria i reparacions	1.390	1.638	1.133	777	33,8
Transports i comunicacions	68	70	53	51	2,2
Institucions financeres i assegurances	505	615	369	213	9,3
Resta de serveis	436	444	326	207	9,0
Professionals i artístiques	886	1.070	940	749	32,6
Tècnics Agricultura	30	24	33	35	1,5
Tècnics Indústria i construcció	127	188	154	114	5,0
Comerç,hostaleria i transports	105	162	158	106	4,6
Prof. finances, dret, assegurances	313	425	342	263	11,4
Professionals restants servicis	292	237	224	209	9,1
Artistes	19	34	29	22	1,0
Total	3.847	4.501	3.311	2.300	100,0

Font: Impost d'Activitats Econòmiques. Oficina d'Estadística. Ajuntament de València

(*) Dades Provisionals

Altas de actividades económicas según tipo por distrito.

	Industrials	Construcció	Comerç i Servicis	Professionals i Artístiques	Industrials	Construcció	Comerç i Servicis	Professionals i Artístiques
1. Ciutat Vella	10	3	147	44	6	1	110	41
2. L'Eixample	15	2	222	61	3	2	110	49
3. Extramurs	14	1	153	52	5	4	109	27
4. Campanar	5	0	71	12	6	2	57	19
5. La Saïdia	6	8	89	20	5	2	54	21
6. El Pla del Real	7	1	63	30	2	0	36	18
7. L'Olivereta	2	3	60	13	5	2	47	10
8. Patraix	5	3	90	33	5	1	66	17
9. Jesús	13	0	80	17	4	0	57	10
10. Quatre Carreres	7	2	109	33	7	1	83	13
11. Poblat Marítims	7	0	80	15	5	0	51	8
12. Camins al Grau	1	4	110	26	3	1	55	27
13. Algirós	2	0	93	29	3	2	55	21
14. Benimaclet	6	1	47	17	4	0	32	11
15. Rascanya	5	7	46	10	2	1	51	12
16. Benicalap	3	7	53	11	3	3	32	7
17. Pobles del Nord	0	0	4	2	3	1	12	3
18. Pobles de l'Oest	3	1	23	3	2	2	11	6
19. Pobles del Sud	3	1	36	5	5	1	27	1
No hi consta	19	313	305	507	6	193	193	428
València	133	357	1.881	940	84	219	1.248	749

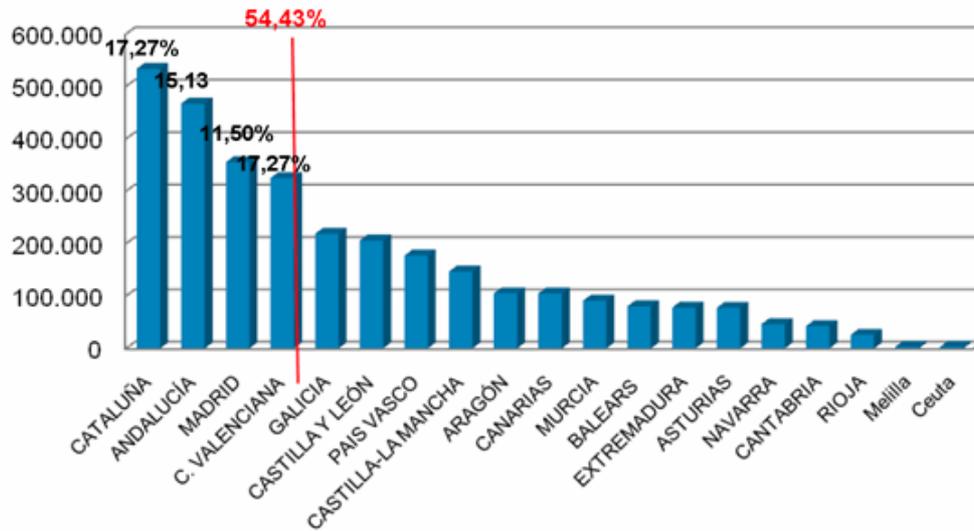
(*) Dades Provisionals

Fuente: Importación de Actividades Económicas.

Oficina Estadística Ayuntamiento de Valencia.

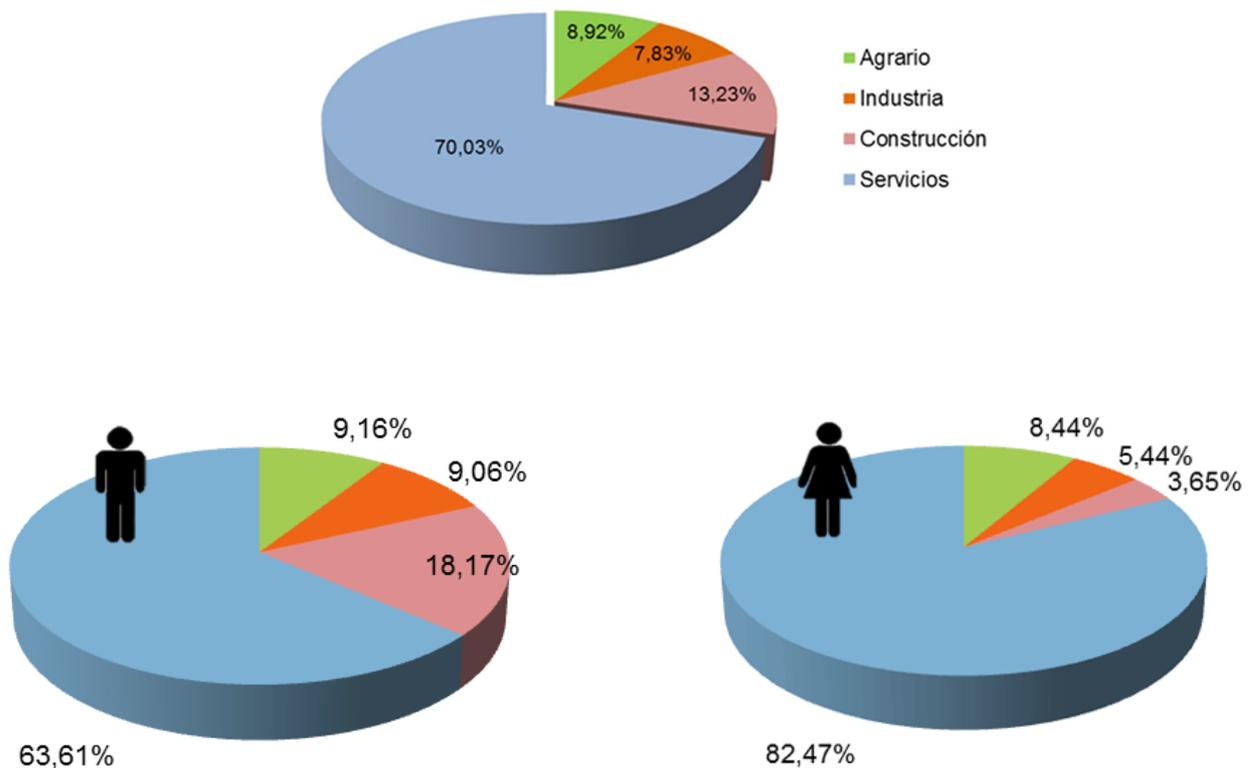
ANEXO 3.6. Evolución número total de Autónomos

Mapa: Concentración por comunidades autónomas de los trabajadores afiliados en alta laboral por cuenta propia, por comunidad autónoma por CC.AA en 2011



Fuente: Datos INSHT, saldadeudas.es

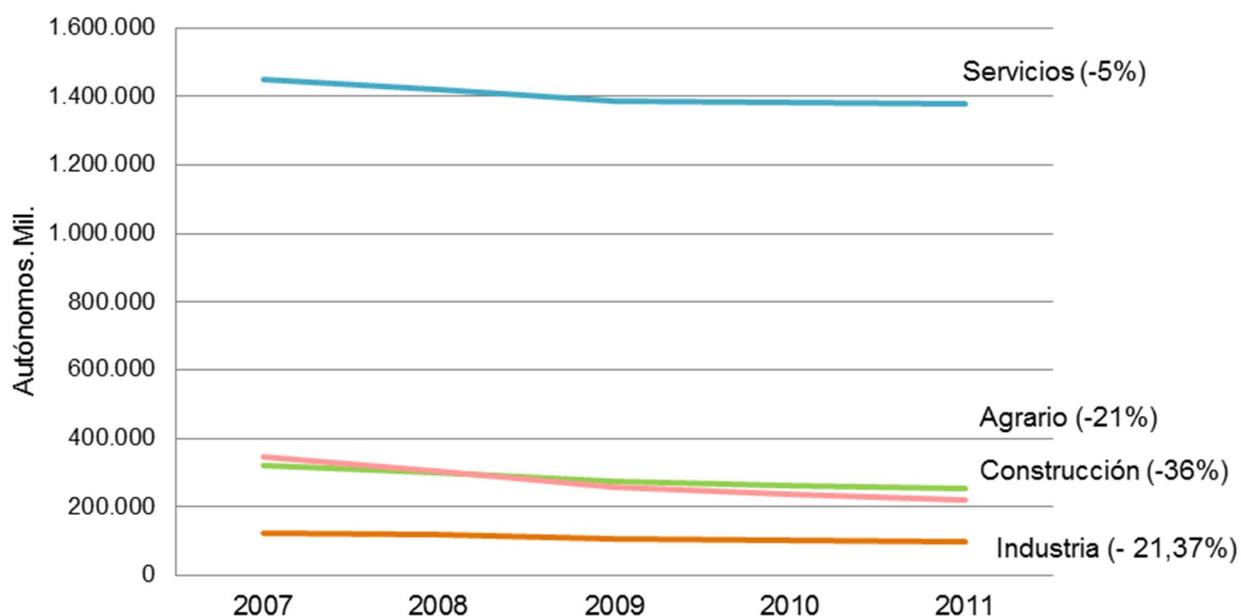
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LOS AUTÓNOMOS



Fuente: Datos INSHT, saldadeudas.es

Gráfico: Distribución de trabajadores afiliados en alta laboral por cuenta ajena, según régimen y sexo, por sector y división de actividad en 2011. Fuente: Datos INSHT, Elaboración propia

El colectivo de autónomos trabaja principalmente en el sector de servicios (70%), seguido por la construcción, la industria y el sector agrario. En el caso de las mujeres el sector servicios llega a alcanzar un 82%, seguido del agrario, industria y en último lugar el de la construcción.



Fuente: Datos INSHT, saldadeudas.es

Gráfico: Evolución de Trabajadores “Autónomos propiamente dicho” en el periodo 2007-2011.

En los últimos 5 años se ha registrado un descenso en el número de “Trabajadores autónomos propiamente dicho” siendo este descenso global del 13%, si se analiza la evolución sectorial en este periodo, el descenso más acusado ha sido el del sector de la construcción con un descenso del 36%, seguido por el de la industria y el sector agrario con un 21% y el que menor descenso ha registrado es el del sector servicios con un descenso del 5%.

Si el análisis se realiza anualmente, en este último año 2011 el descenso en el número de autónomos propiamente dicho es del 1,57% (5,98% construcción, 0,32% servicios, 3,45% agrario y 3,65% industria).

EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

Según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), recogidos en el Directorio

Central de Empresas (DIRCE 2009), el número total de empresas en España alcanza los 3.355.830, con un claro protagonismo de las microempresas (de 0 a 9 empleados), ya que representan el 94,5% del tejido empresarial. Las pequeñas empresas (de 10 a 49 empleados) representan un 4,7%, seguidas de las medianas (de 50 a 199 empleados) con un 0,7% y por último las grandes compañías (de 200 o más empleados) cuyo peso sobre el total de empresas en España se sitúa en el 0,2%. Entre las microempresas destacan aquellas que tienen entre 0 y 2 empleados puesto que los más de 2,6 millones que se contabilizan en ese estrato significan el 85% del total de microempresas de nuestro país, frente al 15% de las que cuentan con un volumen de entre 3 y 9 trabajadores.

En el cálculo de la masa laboral no se incluye a miembros de la empresa que no sean empleados, es decir, ni a socios o propietarios de microempresas ni a autónomos, ya que si se los considerara, el porcentaje de trabajadores correspondiente a las microempresas se elevaría.

TABLA 3.3. Media anual de crecimiento:

PAIS	VALOR AÑADIDO		EMPLEO	
	PYMES	GRANDES	PYMES	GRANDES
ESPAÑA	2,7	2,9	1,2	1,3
UNION EUROPEA	2,0	2,5	0,3	-0,1
EUROPA – 19	2,1	2,6	0,3	-0,1

Fuente: Elaboración propia (Datos Ine)

ANEXO 3.7. Datos e indicadores básicos de las pyme españolas

DATOS E INDICADORES BÁSICOS DE LAS PYME ESPAÑOLAS

Nº	Nombre de la agrupación	CNAE 2009	Detalle agrupación	Total microemp. (DIRCE 2011)	% del total microemp.
1	Industria	10 a 39	10-33: Industria Manufacturera; 35: Suministro de energía Eléctrica, gas vapor y aa; 36-39: suministro de agua, saneamiento, residuos y descontaminación	184.736	6,0%
2	Construcción	41 a 43	Construcción	462.746	15,0%
3	Venta y reparación vehículos a motor	45	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	65.058	2,1%
4	Comercio Mayorista	46	Comercio al por mayor	204.954	6,6%
5	Comercio Minorista	47	Comercio al por menor (excepto vehículos de motor)	484.943	15,7%
6	Hoteles, campings y agencias de viaje	55 y 79	Hoteles y campings; Agencias de viaje	30.709	1,0%
7	Transporte y almacenamiento	49 a 53	Transporte y almacenamiento (incluye correos)	207.972	6,7%
8	Informática, Telecomunicaciones y Audiovisuales	58 a 63	Información y Comunicaciones (incluye servicios audiovisuales)	49.643	1,6%
9	Actividades inmobiliarias y administrativas	68 + (77 a 82 (sin 79))	68: Actividades Inmobiliarias; (77 a 82 sin 79) Actividades Administrativas y servicios auxiliares (Sin 79 de agencias de viaje)	264.029	8,5%
10	Actividades profesionales	69 a 74	(69 a 74) Actividades Profesionales Científicas y Técnicas (sin 75: veterinaria)	374.401	12,1%
Total empresas de sectores abarcados por la encuesta (universo encuesta)				2.329.191	75,3%
Resto de microempresas (sectores no cubiertos por la encuesta)				765.530	24,7%
TOTAL MICROEMPRESAS ESPAÑOLAS				3.094.721	100,0%

Fuente: ONTSI a partir de datos de DIRCE, enero 2011

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA PYME EN EUROPA

El 93% de las pymes son *microempresas* (con menos de 10 trabajadores), las cuales proporcionan empleo a una tercera parte de la población ocupada. El tamaño medio de la empresa europea es de 6 trabajadores.

De media, la empresa europea da empleo a 6 trabajadores, aunque esta cifra obviamente varía en función del tamaño de la empresa:

- La media de ocupados en las microempresas es de 2 empleados,
- Mientras que en las grandes empresas la media supera los mil empleados.

ANEXO 3.8. Crecimiento medio anual. Por tamaño empresarial

	Valor añadido bruto	Productividad laboral	Empleo
<i>Pymes</i>	2,1	1,7	0,3
Microempresa	1,9	1,4	0,5
Pequeña empresa	2,1	1,9	0,2
Empresa mediana	2,2	2,3	-0,1
<i>Gran empresa</i>	2,6	2,8	-0,1
TOTAL EMPRESAS	2,3	2,2	0,2

Fuente: ONTSI a partir de datos de DIRCE, enero 2011

ANEXOS CAPÍTULO IV

TABLA 4.1. Previsión de crecimiento del mercado de nuestro servicio

		IPC	PIB	Producto
Año 1	51.960,56 €			
Año 2	55.071,44 €	3,0	2,9	1,060
Año 3	58.482,01 €	3,0	3,1	1,062
Año 4	62.526,40 €	3,4	3,4	1,069
Año 5	66.527,58 €	3,2	3,1	1,064

Fuente: Elaboración propia (Datos INE)

TABLA 4.2.1. Posicionamiento respecto a los competidores

<i>Servicio</i>	<i>Puntos fuertes</i>	<i>Puntos débiles</i>
Calidad	Se conoce dónde falla más la competencia y qué prefieren los clientes	Mucha competencia, difícil superarla
Diseño	Se utilizara la estética en los análisis financieros y presentación al cliente de su situación financiera, utilizando factores de marketing (siempre inteligible para el cliente)	La mayoría son formatos definidos como los libros oficiales, dejando poco margen en este sentido
Marca	Se tienen las titulaciones requeridas, así como los conocimientos	Se tendrá que conseguir: Asociación colegio de economistas, revistas, certificado de calidad, en definitiva todo aquello que de prestigio
Gama	Una de las funciones será estar siempre alerta para detectar posibles mejoras del servicio de manera que se mantenga nuestro deseo de ofrecer una gama alta	Despreocupación por parte del cliente en cuanto a la gama preocupándole sólo el cumplimiento de sus obligaciones sin más
Conocimiento del producto	Es amplio sin temor a la constante actualización Utilización de Mementos	En un principio tendremos que ir modificándolo y adaptándolo a necesidades
Atención al cliente	Prioritario, el cliente es lo más importante, facilidad de palabra, simpatía, extroversión, etc...	Hay que tener psicología y utilizar la observación
Servicio de asistencia posventa	Tendremos una postventa constante	Requiere mucha dedicación

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.2.2. Posicionamiento respecto a los competidores:

Servicio	Puntos fuertes	Puntos débiles
Calidad	Conocemos dónde falla más la competencia y qué prefieren los clientes	La competencia no es mejor técnicamente pero si mas reconocida socialmente lo cual la hace difícil de superar
Diseño	Utilizaremos una imagen fija y atractiva, en el formato de los trabajos, para facilitar el reconocimiento por parte de las administraciones y los funcionarios.	
Marca	Titulación requerida, conocimientos y motivación.	Habrà que conseguir el reconocimiento social mediante un sistema adecuado de publicidad, sin olvidar la mejor de ellas que es la satisfacción del cliente.
Gama	Una de nuestras funciones será estar siempre alerta para detectar posibles mejoras del servicio de manera que mantengamos nuestro deseo de ofrecer una gama media-alta	Despreocupación por parte del cliente en cuanto a la gama preocupándole sólo el cumplimiento de sus obligaciones sin más
Conocimiento del producto	Es amplio sin temor a la constante actualización	En un principio tendremos que ir modificándolo y adaptándolo a necesidades
Atención al cliente	Prioritario, el cliente es lo más importante, facilidad de palabra, simpatía, extroversión, etc...	Hay que tener psicología y utilizar la observación
Servicio de asistencia posventa	Tendremos una postventa constante	Requiere mucha dedicación

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.3. Diagrama de GANT

TABLAS 4.4. Programa de producción: volúmenes y fechas de producción

DIAGRAMA DE GANT

ACCIONES	TIEMPOS
Contratación	[Barra cian]
Recogida de documentación	[Barra cian]
Alta informática de la empresa	[Barra amarilla]
Ordenación y control	[Barra amarilla]
Codificación	[Barra amarilla]
Registro informático	[Barra amarilla]
Archivo	[Barra amarilla]
Registro libros	[Barra amarilla]
Presentación organismos	[Barra magenta]
Cierre contable	[Barra amarilla]
Cuenta Pérdidas y Ganancias	[Barra amarilla]
Balance Situación	[Barra amarilla]
Memoria	[Barra amarilla]
Exposición al cliente	[Barra cian]

Fuente: Elaboración propia

Lugar donde se realiza

- En la empresa
- En la oficina del cliente
- En organismos públicos

Autónomos	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>													
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €	69,00 €
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>													
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Empresario Individual	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €	46,00 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €			45,00 €			45,00 €			45,00 €			45,00 €
Declaraciones IRPF simplificada	60,00 €												60,00 €
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €			90,00 €			90,00 €			90,00 €			90,00 €
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €												69,00 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €												450,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €												15,00 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €												34,50 €
TOTAL		161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	296,00 €	161,00 €	161,00 €	924,50 €
TOTAL ANUAL	3.100,50 €												
5 AUTÓNOMOS TOTAL:	15.502,50 €	805,00 €	805,00 €	1.480,00 €	805,00 €	805,00 €	1.480,00 €	805,00 €	805,00 €	1.480,00 €	805,00 €	805,00 €	4.622,50 €

Fuente: Elaboración propia

GETORIA:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €	46,00 €											
Certificado INEM de peiodods de inscripción	30,00 €												
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €	39,00 €			39,00 €			39,00 €			39,00 €		
Certificado S.S de cotización de empresas y trab. autónomos	25,00 €												
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €												
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de ctas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y Auditoria).	25,00 €												25,00 €
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €	24,00 €											
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		109,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	0,00 €	39,00 €	0,00 €	25,00 €
TOTAL ANUAL	251,00 €												
5 AUTÓNOMOS:	1.255,00 €	545,00 €	0,00 €	0,00 €	195,00 €	0,00 €	0,00 €	195,00 €	0,00 €	0,00 €	195,00 €	0,00 €	125,00 €

Fuente: Elaboración propia

GESTORIA:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €	48,30 €						48,30 €					
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €						31,50 €						
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €		40,95 €								40,95 €		
Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos	25,00 €	26,25 €						26,25 €					
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €				26,25 €								
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de ctas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y Auditoria).	25,00 €												28,75 €
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €												
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		74,55 €	40,95 €	0,00 €	26,25 €	0,00 €	31,50 €	74,55 €	0,00 €	0,00 €	40,95 €	0,00 €	28,75 €
TOTAL ANUAL	317,50 €												
3 MICRO-EMPRESAS TOTAL	952,50 €	223,65	122,85	0	78,75	0	94,5	223,65	0	0	122,85	0	86,25

Fuente: Elaboración propia

Pequeña empresa	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>													
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €												
(Hasta 200 Documentos/mes)	126,50 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €	141,68 €
Otros Servicios (tarifa mensual):													
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €												
Paq. de A. L (De 4 a 5 Trabs)	57,50 €												
Paq. de A. L (De 6 a 8 Trabs)	86,25 €												
Paq. de A. L (De 9 a 11 Trabs)	115,00 €												
Paq. de A. L (De 12 a 15 Trabs)	155,25 €												
Paq. de A. L (De 16 a 20 Trabs)	201,25 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €	225,40 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Sociedades	69,00 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €	77,28 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €			50,40 €			50,40 €			50,40 €			50,40 €
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €			100,80 €			100,80 €			100,80 €			100,80 €
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €												77,28 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €												504,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €												16,80 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €												38,64 €
Exposición seguimiento contable	90,00 €												100,80 €
TOTAL		444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	595,56 €	444,36 €	444,36 €	1.333,08 €
TOTAL ANUAL	6.674,64 €												
2 EMPRESAS PEQUEÑAS TOTAL:	13.349,28 €	888,72	888,72	1191,12	888,72	888,72	1191,12	888,72	888,72	1191,12	888,72	888,72	2666,16

Fuente: Elaboración propia

GETORIA:	TARIFA:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €			51,52 €						51,52 €			
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €												
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €										43,68 €		
Certificado S.S de cotización de empresas y trabs autónomos	25,00 €	28,00 €					28,00 €						28,00 €
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €												
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €												
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €												
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €												
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €												
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €												
Depósito de cuentas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de PyG, Memoria, informe de Gestión y Auditoría).	25,00 €	28,00 €						28,00 €					
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €			26,88 €									
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €												
TOTAL		56,00 €	0,00 €	78,40 €	0,00 €	0,00 €	28,00 €	28,00 €	0,00 €	51,52 €	43,68 €	0,00 €	28,00 €
TOTAL ANUAL	313,60 €												
2 EMPRESAS PEQUENAS TOTAL:	627,20 €	112,00 €	0,00 €	156,80 €	0,00 €	0,00 €	56,00 €	56,00 €	0,00 €	103,04 €	87,36 €	0,00 €	56,00 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.5. Tabla de ingresos de los colaboradores

COLABORADORES

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Informática	1.692,00 €	2.961,00 €	4.441,50 €	6.218,10 €	7.461,72 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total informática	1.692,00 €	3.049,83 €	4.574,75 €	6.429,52 €	7.700,50 €
Abogacía	720,00 €	1.260,00 €	1.890,00 €	2.646,00 €	3.175,20 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total informática	720,00 €	1.297,80 €	1.946,70 €	2.735,96 €	3.276,81 €
Ingeniería	2.213,40 €	3.873,45 €	5.810,18 €	8.134,25 €	9.761,09 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total ingeniería	2.213,40 €	3.989,65 €	5.984,48 €	8.410,81 €	10.073,45 €
Total colaboradores	4.625,40 €	8.337,28 €	12.505,93 €	17.576,29 €	21.050,75 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 45. Ingresos previstos en 5 años

INGRESOS PREVISTOS EN 5 AÑOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº Autónomos	5	9	13	18	22
Ingresos (autónomos)	16.757,50 €	30.104,38 €	45.156,56 €	63.219,19 €	75.863,03 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total autónomos	16.757,50 €	31.007,51 €	46.511,26 €	65.368,64 €	78.290,64 €
Nº Microempresas	3	5	8	11	13
Ingresos (microempresas)	18.212,91 €	32.463,95 €	48.695,93 €	68.174,30 €	81.809,16 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total microempresas	18.212,91 €	33.437,87 €	50.156,81 €	70.492,23 €	84.427,05 €
Nº Pequeñas empresas	2	4	5	7	9
Ingresos (pequeñas)	13.976,48 €	24.458,84 €	36.688,26 €	51.363,56 €	61.636,28 €
IPC	-	3	3	3,40	3,20
Total pequeñas	13.976,48 €	25.192,61 €	37.788,91 €	53.109,93 €	63.608,64 €
COLABORADORES	4.625,40 €	8.337,28 €	12.505,93 €	17.576,29 €	21.050,75 €
Ingresos previstos en 5 años	53.572,29 €	97.975,27 €	146.962,90 €	206.547,08 €	247.377,08 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.7. Inversiones necesarias en inmovilizado

INFORMÁTICO

Concepto	Marca	Ctdad.	Precio Un.	Precio Total
Ordenador completo		1	0	0,00
Ordenador portatil	Dell	2	845	1.690,00
Teclado + ratón inalámbrico		2	25	50,00
Impresora, fotocop.,fax,escaner		1	322	322,00
Software (Contaplus)		4	16	64,00
Toner tinta impresoras color		2	50	100,00
Sai		2	67,5	135,00
CDs	Caj. 50 Un	2	19	38,00
Qtek s110		2	359,5	719,00
Lápiz 256 MB (Memori Stick)		2	18,5	37,00
Total				3.155,00

Proveedor: Dell, App Informática y Dr. Pc

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.8. Mobiliario oficina

MOBILIARIO OFICINA

Mesas		2		550,00
Aparato aire acondic./bomba calor		1	700	700,00
Separador		1	50	50,00
Sillas		2	208	416,00
Sillones		2	272	544,00
Flexos		2	49	98,00
Cajoneras		2	118	236,00
Mampara divisoria		1	360	360,00
Estantería		1	249	249,00
Armario		1	310	310,00
Bandejas selección	1caja 10 un	1	19,4	19,40
Perchero		1	55	55,00
Total				3.587,40

Proveedor: Ofidirecta y Domus

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.9. Suministros y servicios exteriores

SUMINISTROS

Luz	54,07	
Teléfono	62,9	Locales
Locomoción	45	Mensuales 600 Klm.
Gros. de representación	400	Mensuales 10 clientes x 4 veces mes x 10 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €	54,07 €
Teléfono	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €	62,90 €
Locomoción	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €
Gros. de representación	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Total mensual	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €	561,97 €
Total anual	6.743,64 €											

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	648,84 €	668,31 €	688,35 €	711,76 €	734,53 €
Teléfono	754,80 €	777,44 €	800,77 €	827,99 €	854,49 €
Locomoción	540,00 €	556,20 €	572,89 €	592,36 €	611,32 €
Gros. de representación	4.800,00 €	4.944,00 €	5.092,32 €	5.265,46 €	5.433,95 €
Total anual	6.743,64 €	6.945,95 €	7.154,33 €	7.397,57 €	7.634,30 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.10. Cuadro Remuneraciones

Puesto de trabajo/categoría profesional.	Número de trabajadores.	Remuneración anual por trabajador (sueldos+pluses).	Remuneraciones totales anuales por categoría (todos los trabajadores).	Seguridad Social a cargo de la empresa.	Total costes laborales anuales.
Gestora	1	10.787 €	21.574 €	6.440 €	38.801 €
COLABORADORES DENUESTRA EMPRESA					
Abogado	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 20% que nos corresponde a nosotros.	-	-	Depende de la cantidad de trabajo realizado, a nuestra empresa.
Ingeniero industrial	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 10% que nos corresponde a nosotros.	-	-	
Informático	1		-	-	
Totales	5		-	-	

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.11. Ficha de proveedores

FICHA DE PROVEEDORES
<p>PROVEEDORCódigo: 4001002 Nombre: Imprenta Rápida Dyna 4</p> <p>Dirección: Guillén de Anglesola, 3 Bajo – 46022 Valencia (España)</p> <p>Teléfono: 96 330 84 24</p> <p>Persona de Contacto: Javier Pérez</p> <p>Fax: 96 330 84 24</p> <p>Correo electrónico: infoimprenta@dyna4.com</p> <p>Página web: www.imprentadyna4.com</p>
<p>PRODUCTO: Material de oficina</p> <p>Denominación: Tarjetas de visita, Papel, etc</p> <p>Características: Trabajos de impresión principalmente</p> <p>Calidades: Media, alta</p> <p>Gama de variedad: Elevada</p> <p>Precios: Tarjetas 6.61€(200un)</p> <p>Plazos de entrega: 24 / 48 horas</p> <p>Condiciones de pago: Al contado</p> <p>Transferencia bancaria</p> <p>Recibo domiciliado</p>
<p>OTRAS INFORMACIONES:</p> <p>Observaciones: Portes 6 € importes inferiores a 250 € > no portes, inferiores a 50 € cargo adicional 4 €</p>

TABLA 4.12. Tabla comparativa de proveedores informática

<i>Proveedores Informática:</i>					
Nombre	Dirección	Precios (en euros)			Condiciones de pago
		Ordenador portátil	Producto multifuncional	PC Bolsillo	
App informática	Doctor Calatayud Baya, 4	839.10	379.90	454.80	Tarjeta 3 meses sin intereses
Dell	Dell.es	899	365.90	486	Hasta 6 meses sin intereses
Dtor. PC	Pasaje Ventura Feliu, 22 B	845	322	359.50	Contado

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4.1. Primer pedido

PRIMER PEDIDO

01/01/2006

Concepto	Marca	Stock Seguridad	Ctdad. consumida c/4 Meses	Ctdad. Total	Precio Unitario	Precio Total
Tarjetas visita	1 Caj 100 un	1	1	2	6,61 €	13,22 €
Calculadoras				2	55,00 €	110,00 €
Bolígrafos pilot	3 x 3	6	9	15	0,69 €	10,35 €
Subrayadores	1 Caja 6 un	1	1	2	4,60 €	9,20 €
Clips		2	3	5	1,30 €	6,50 €
Tipex		2	3	5	1,80 €	9,00 €
Postits	1 caja 12 un	1	1	2	4,38 €	8,76 €
Portaminas		2	2	4	0,93 €	3,72 €
Archivadores		5	15	20	1,70 €	34,00 €
Mementos				5		383,98 €
Toner blanco y negro		1	1	2	18,00 €	36,00 €
Toner color impresoras		1	1	2	45,00 €	90,00 €
Libros contables		3	15	18	11,00 €	198,00 €
Folios	5paqu 500 H	1	2	3	14,95 €	44,85 €
Goma borrar		2	2	4	1,11 €	4,44 €
					Total	962,02 €

Fuente: Elaboración propia (Datos obtenidos de www.elcompas.com, www.imprentadyna4.es,

www.paraprofesionales.com y ofiservice)

ANEXO 4.2. Pedidos sucesivos del primer año

SEGUNDO PEDIDO Y SUCESIVOS

01/05/2006

Concepto	Marca	Stock Seguridad	Ctdad. consumida c/4 Meses	Ctdad. Total	Precio Unitario	Precio Total	Fechas
Tarjetas visita	1 Caj 100 un	0	1	1	6,61 €	6,61 €	01/05/2006 Segundo
Bolígrafos pilot	3 x 3	0	9	9	0,69 €	6,21 €	01/09/2006 Tercero
Subrayadores	1 Caja 6 un	0	1	1	4,60 €	4,60 €	
Clips		0	3	3	1,30 €	3,90 €	
Tipex		0	3	3	1,80 €	5,40 €	
Postits	1 caja 12 un	0	1	1	4,38 €	4,38 €	
Portaminas		0	2	2	0,93 €	1,86 €	
Archivadores		0	15	15	1,70 €	25,50 €	
Toner blanco y negro		0	1	1	18,00 €	18,00 €	
Toner color impresoras		0	1	1	45,00 €	45,00 €	
Libros contables		0	15	15	11,00 €	165,00 €	
Folios	5paqu 500 H	0	2	2	14,95 €	29,90 €	
Goma borrar		0	2	2	1,11 €	2,22 €	
						Total	318,58 € Cuatrim.
						Total	79,65 € Mensual

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4.3. Coste anual materiales

COSTE ANUAL MATERIALES (Primer año)

Fechas	Suma pedidos
01/01/2006	962,02 €
01/05/2006	318,58 €
01/09/2006	318,58 €
Total	1.599,18 €
Stock de seguridad	156,46 €
Coste anual	1.442,72 €

COSTE ANUAL MATERIALES (Años siguientes)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coste anual	1.442,72 €	2.674,80 €	3.979,51 €	5.855,70 €	7.186,37 €
Nº de clientes	10	18	26	37	44
Inflación	-	3,0%	3,0%	3,4%	3,2%
Aumentos consumo	0,00 €	2.674,80 €	3.979,51 €	5.855,70 €	7.186,37 €
Aumento consumo por cliente	144,27 €	148,60 €	153,06 €	158,26 €	163,33 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.13. Cuadro de inversión y amortización del activo fijo asignado a la producción y almacén

AMORTIZACIÓN

Elementos	Año Compra	Valor	total amortizar	Vida útil	% Amortización	cuotas anuales de amortización					Valor residual 5º año
						1º	2º	3º	4º	5º	
MATERIAL INFORMÁTICO											
Ordenador portatil (2unidades-845€)	2006	1.690,00 €									
Teclado + ratón inalámbrico (2unidades-25€)	2006	50,00 €	1.740,00 €	5 años	12%	208,80 €	183,74 €	161,69 €	142,29 €	125,22 €	918,25 €
Impresora, fotocop.,fax,escaner (1unidad-322€)	2006	322,00 €	322,00 €	5 años	12%	38,64 €	34,00 €	29,92 €	26,33 €	23,17 €	169,93 €
Qtek s110 (2unidades-359,50€)	2006	719,00 €	719,00 €	5 años	12%	86,28 €	75,93 €	66,82 €	58,80 €	51,74 €	379,44 €
MOBILIARIO											
Mesas (2unidades-275€)	2006	550,00 €									
Separador (1unidad-50€)	2006	50,00 €									
Cajoneras (2unidades-118€)	2006	236,00 €	836,00 €	5 años	12%	100,32 €	88,28 €	77,69 €	68,37 €	60,16 €	441,18 €
Aparato aire acondic./bomba calor (1unidad-700€)	2006	700,00 €	700,00 €	5 años	12%	84,00 €	73,92 €	65,05 €	57,24 €	50,37 €	369,41 €
Sillas (2unidades-208€)	2006	416,00 €									
Sillones (2unidades-272€)	2006	544,00 €	960,00 €	5 años	12%	115,20 €	101,38 €	89,21 €	78,51 €	69,08 €	506,62 €
Mampara divisoria (1unidad-360€)	2006	360,00 €									
Estantería (1unidad-249€)	2006	249,00 €									
Armario (1unidad-310€)	2006	310,00 €	919,00 €	5 años	12%	110,28 €	97,05 €	85,40 €	75,15 €	66,13 €	484,99 €
			6.196 €			743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €	3.269,83 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.14. Costes anuales de producción o de prestación de servicios

ESCANDALLO DE COSTE ANUAL

Costes de prestación del servicio	Año 1
Materiales	1.472,42 €
Mano de obra directa	38.801,00 €
Suministros y servicios exteriores	6.743,64 €
Subtotales	47.017,06 €
Amortizaciones	743,52 €
Costes totales	47.760,58 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4.15. Cuadro resumen de los costes previstos para los cinco primeros años de actividad

ESCANDALLO DE COSTES A 5 AÑOS

Costes de prestación del servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	1.442,72 €	2.674,80 €	3.979,51 €	5.855,70 €	7.186,37 €
Mano de obra directa	38.801,00 €	39.965,03 €	41.163,98 €	42.563,56 €	43.925,59 €
Suministros y servicios exteriores	6.743,64 €	6.945,95 €	7.154,33 €	7.397,57 €	7.634,30 €
Subtotales	46.987,36 €	49.585,78 €	52.297,82 €	55.816,83 €	58.746,25 €
Amortizaciones	743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €
Costes totales	47.730,88 €	50.240,08 €	52.873,60 €	56.323,52 €	59.192,14 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS CAPÍTULO V

TABLA 5.1 Estrategias de comunicación

Si el mercado presenta dificultades en:	Acciones para aprovechar oportunidades que el mercado insatisfecho ofrece a sus empresa
Clientes insatisfechos	Se les ofrecerá una serie de servicios, captando su atención mediante un compromiso de mejora.
Producto o servicio deficiente	Se les mostrara que los servicios de DICOAP son completos, no careciendo de nada, incluso dándose numerosos servicios complementarios, los cuales con el tiempo aportaran buena imagen, en el mercado.
Diferencias en el precio	Se ofrecen precios situados en la media del mercado y según el cliente, se adaptándose a su situación, siempre obteniendo beneficios, pero nunca abusando.
Comunicación errónea o inexistente	La comunicación es un punto que se destaca ya que es realmente importante en toda empresa.
Otros	Se trata de diferenciarse en el mercado, ya explicado en los diferentes puntos de las fases, tanto en el trato al cliente como mejorando los servicios ofrecido por los competidores.

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 5.2 periodos de tiempo acción publicitaria

<u>Campaña de Introducción</u>	
<i>Tipo de Instrumento</i>	<i>Estimación</i>
Páginas salmón Cámara de Comercio	Permanente
Reparto de folletos	2 meses (1 mes antes del comienzo de actividad)
Página web	Permanente
<u>Campaña de Mantenimiento</u>	
Páginas salmón Cámara de Comercio	Permanente
Páginas amarillas	Permanente
Página web	Permanente
Tarjeta de visita	Permanente
Bolígrafos	Permanente
Calendarios de sobremesa	Permanente

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 5.1. Modelos instrumentos de publicidad diseñados

DISEÑO PUBLICITARIO:

(Buzoneo, Marca, Portada página web)



Servicios integrales a la empresa

Contabilidad - Informática - Ingeniería - Abogacía

Se le ayuda eficazmente a dedicarse

sólo a **SU NEGOCIO**, todo lo demás...

¡¡¡ es cosa nuestra !!!



Infórmese sin compromiso:

www.dicoap.com

Telf.: 96 111 11 11

C/. Ángel Guimerá, 68 1ªA

46008 - Valencia

Fuente: Elaboración propia

Tarjeta visita

Anverso:

Reverso:



Servicios Contables **Nayima Alcaide**
Quereda

Tlfo:96 111 11 11

Fax:96 111 11 12

C/ Ángel Guimerá, 68 1ª Móvil:
615 06 06 06

46001 Valencia
www.dicoap.com



Fuente: Elaboración propia

TABLA 5.3. Secuencia de acciones: publicidad, promoción y relaciones públicas

PRIMER AÑO			
Instrumento	Publicidad	Promoción	Relaciones Públicas
Páginas salmón C.C.	Permanente		
Folletos	2 meses (1 mes antes del comienzo de actividad)		
Página web	Permanente		
Páginas amarillas	Permanente		
Tarjeta de visita	Permanente		
Bolígrafos	Permanente		
Calendario sobremesa	Permanente		
Incentivos económicos		Durante toda la relación con los clientes.	
Descuentos		Durante el segundo año, se mantendrán siempre mientras se observen beneficios.	
Regalos		Navidades, en fechas especiales para los clientes.	
Juegos promocionales		Durante todo el año.	
Complejo Peñasol			Cada 6 meses

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 5.4 Cuadro-resumen de costes. Primer año (por meses)

Meses	Publicidad				Promoción de ventas	Relaciones públicas		Totales
	Introducción		Mantenimiento					
Enero	117,81	Folletos	143,04	Tarj. Visita	(*)	3.847,69	Peñasol	1.500,05
	1.005,00	web	126,00	Bolígrafos	(*)			
			108,20	Calendarios	(*)			
Febrero	117,81	Folletos	5,00	web	(*)			122,81
Marzo			5,00	web	(*)			5,00
Abril			5,00	web	(*)			5,00
Mayo			5,00	web	(*)			5,00
Junio			5,00	web	(*)			5,00
Julio			5,00	web	(*)	3.847,69	Peñasol	3.852,69
Agosto			5,00	web	(*)			5,00
Septiembre			5,00	web	(*)			5,00
Octubre			5,00	web	(*)			5,00
Noviembre			5,00	web	(*)			5,00
Diciembre			5,00	web	(*)			5,00
TOTALES	1.240,62		432,24		(*)	7.695,37		9.368,23

(*) Los incentivos económicos, los descuentos, los regalos y los juegos promocionales; están descritos en el **Punto Costes de Promoción de Ventas**

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 5.5 Costes Publicidad, Promoción Ventas y Relaciones Públicas. Cinco primeros años (por totales anuales)

Años	1	2	3	4	5	Totales
Publicidad	1.672,86	445,21	458,56	475,04	490,24	3.541,90
Promoción de ventas	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Relaciones públicas	7.695,37	7.926,23	8.164,02	8.466,09	8.737,00	40.988,71
TOTALES	9.368,23	8.371,44	8.622,58	8.941,12	9.227,24	44.530,61

(*) Los incentivos económicos, los descuentos, los regalos y los juegos promocionales; están descritos en el **Punto Costes de Promoción de Ventas**

Año	2	3	4	5
% incremento actualización IPC	3,0%	3,0%	3,7%	3,2%

Fuente: Elaboración Propia

ANEXOS CAPÍTULO VI

ANEXO 6.1 Lista de precios, La tarifa para los clientes autónomos

CLIENTE AUTÓNOMO

<u>ASESORIA:</u>	
SERVICIO:	TARIFA:
<i>Servicio de Asesoría y Confección de Contabilidad a Sociedades:</i>	
(Hasta 100 Documentos/mes)	69,00 €
<i>Otros Servicios (tarifa mensual):</i>	
Paquete de Asesoría Laboral (Hasta 3 Trabajadores)	46,00 €
Servicio De Asesoría Fiscal a Empresario Individual	46,00 €
Declaraciones por módulos (trimestral)	45,00 €
Declaraciones IRPF simplificada	60,00 €
Declaraciones periódicas de IVA	90,00 €
Confección y presentación Cuentas anuales (No incluye tasas del Registro Mercantil)	69,00 €
Impuesto sobre sociedades	450,00 €
Compra libros contables (unidad)	15,00 €
Legalización de libros contables (No incluye tasas del Registro Mercantil)	34,50 €
<u>GETORIA:</u>	
SERVICIO:	TARIFA:
Inscripción de Reserva de dominio en Registro de Bienes	46,00 €
Certificado INEM de períodos de inscripción	30,00 €
Certificado Hacienda de estar al corriente de pagos	39,00 €
Certificado Seguridad Social de cotización de empresas y trabajadores autónomos	25,00 €
Fe de vida laboral, certificado de cotización	25,00 €
Informe de Tráfico sobre titular, datos, vehículo, embargos, etc.	28,00 €
Servicio de índices de la propiedad	34,00 €
Certificación Registral (de dominio y cargas sobre fincas)	34,00 €
Alta / Baja / Modificación censal	90,00 €
Alta/ Baja / modificación IAE	90,00 €
Depósito de cuentas anuales (Nota Simple informativa que incluye Balance, Cuenta de Perdidas y Ganancias, Memoria, informe de Gestión y Auditoria).	25,00 €
Solicitud de certificación de nombre de Sociedad (Es requisito previo a la constitución de una Sociedad).	24,00 €
Gestiones de vehículos: baja, transferencia, matriculación, renovación, carnet, etc.. (No incluye tasas).	29,00 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 6.1 Costes laborales

Puesto de trabajo/categoría profesional.	Número de trabajadores.	Remuneraciones anuales por trabajador (sueldos+pluses).	Remuneraciones totales anuales por categoría (todos los trabajadores).	Seguridad Social a cargo de la empresa.	Total costes laborales anuales.
Gestoras	1	5.400 €	10.800 €	3.300 €	19.500 €
COLABORADORES DE LA EMPRESA					
Abogado	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 20% que nos corresponde a nosotros.	-	-	-
Ingeniero industrial	1	Cobrará según su trabajo, descontándole el 10% que nos corresponde a nosotros.	-	-	
Informático	1		-	-	
Totales	5		-	-	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.2 Suministros y servicios exteriores

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07
Teléfono	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90	62,90
Locomoción	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Gros. Repres	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Consumibles (Mat. Of.)	962,02	0,00	0,00	0,00	318,58	0,00	0,00	0,00	318,58	0,00	0,00	0,00
Publicidad	1.500,05	122,81	5,00	5,00	5,00	5,00	3.852,69	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Seguro Resp. Civil	580,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total mensual	3.604,04	684,78	566,97	566,97	885,55	566,97	4.414,66	566,97	885,55	566,97	566,97	566,97
Total anual	14.443,37											

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS CAPÍTULO VII

ANEXO 7.1 Icono DICOAP



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 7.2 Representación fonética DICOAP



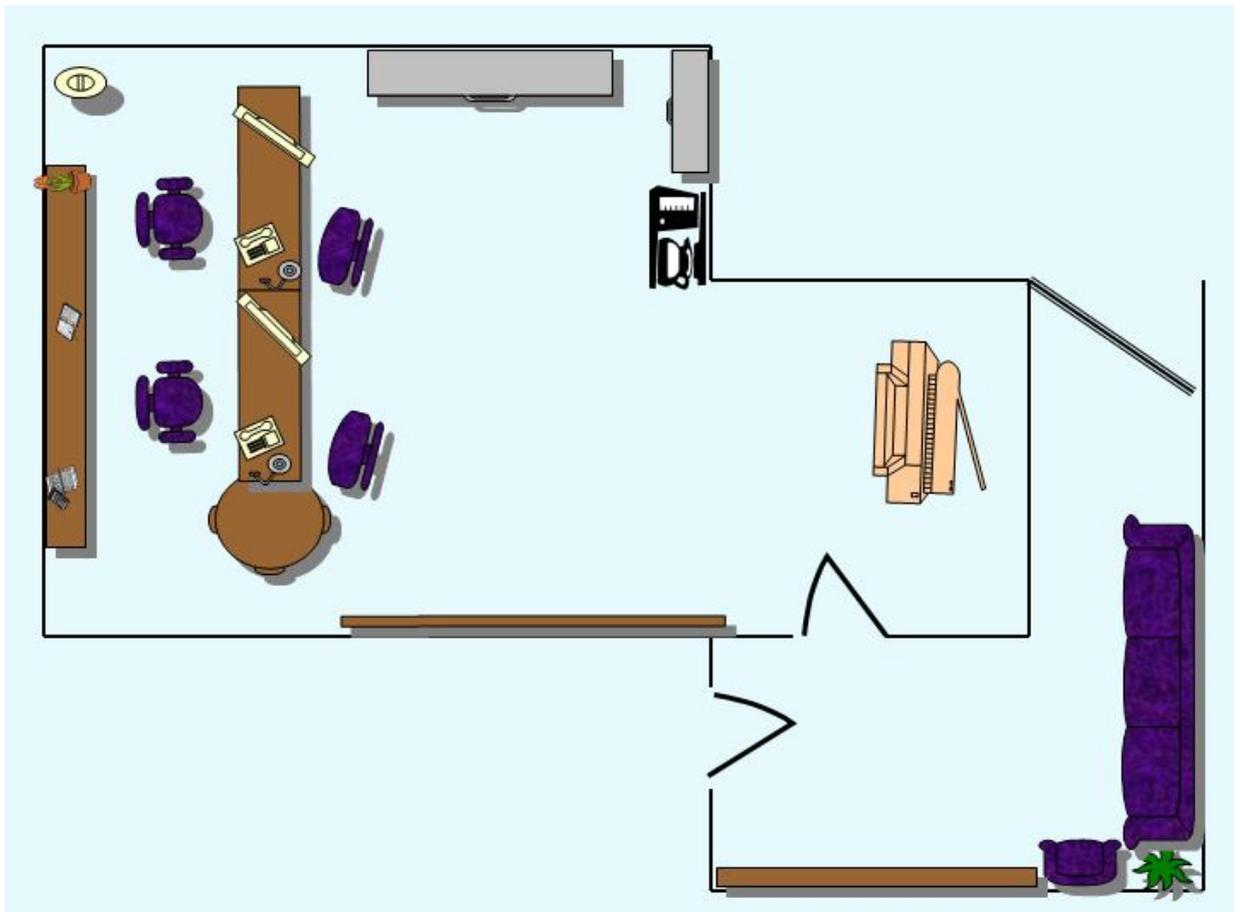
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 7.3 Mapa localización de la empresa



Fuente: Google Maps

ANEXO 7.4 Plano del local



Fuente: Elaboración Propia

TABLA 7.5 Inversiones en inmovilizado. Informático

INFORMÁTICO

Concepto	Marca	Ctdad.	Precio Un.	Precio Total
Ordenador completo		1	0	0,00
Ordenador portatil	Dell	2	845	1.690,00
Teclado + ratón inalámbrico		2	25	50,00
Impresora, fotocop.,fax,escaner		1	322	322,00
Sofware (Contaplus)		4	16	64,00
Toner tinta impresoras color		2	50	100,00
Sai		2	67,5	135,00
CDs	Caj. 50 Un	2	19	38,00
Qtek s110		2	359,5	719,00
Lápiz 256 MB (Memori Stick)		2	18,5	37,00
			Total	3.155,00

Proveedor: Dell, App Informática y Dr. Pc

Fuente: Elaboración propia

TABLA 7.6 Inversiones en inmovilizado. Oficina

MOBILIARIO OFICINA

Mesas		2		550,00
Aparato aire acondic./bomba calor		1	700	700,00
Separador		1	50	50,00
Sillas		2	208	416,00
Sillones		2	272	544,00
Flexos		2	49	98,00
Cajoneras		2	118	236,00
Mampara divisoria		1	360	360,00
Estantería		1	249	249,00
Armario		1	310	310,00
Bandejas selección	1caja 10 un	1	19,4	19,40
Perchero		1	55	55,00
			Total	3.587,40

Proveedor: Ofidirecta y Domus

Fuente: Elaboración propia

TABLA 7.7 AMORTIZACIÓN lineal a 5 años, (20%)

Concepto	Unidades	Precio unit.	Importe total	Agrupación	Anual
Ordenador portatil	2	845,00 €	1.690,00 €	1.740,00 €	348,00 €
Teclado + ratón inalámbrico	2	25,00 €	50,00 €		
Impresora, fotocop., fax, escaner	1	322,00 €	322,00 €	719,00 €	143,80 €
Qtek s110	2	359,50 €	719,00 €		
Mesas	2		550,00 €		
Separador	1	50,00 €	50,00 €	836,00 €	167,20 €
Cajoneras	2	118,00 €	236,00 €		
Aparato aire acondic./bomba calc	1	700,00 €	700,00 €	700,00 €	140,00 €
Sillas	2	208,00 €	416,00 €	960,00 €	192,00 €
Sillones	2	272,00 €	544,00 €		
Mampara divisoria	1	360,00 €	360,00 €	919,00 €	183,80 €
Estanteria	1	249,00 €	249,00 €		
Armario	1	310,00 €	310,00 €		
Total.....			6.196,00 €	6.196,00 €	1.174,80 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 7.8 Gastos Generales

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	SUMAS	
Luz	108,00 €		108,00 €		108,00 €	54,00 €	108,00 €	0,00 €	72,00 €		108,00 €	54,00 €	720,00 €	3.995,00 € Gtos Fijos
Agua	12,00 €		24,00 €		24,00 €		24,00 €	0,00 €	24,00 €		24,00 €	12,00 €	144,00 €	31.925,00 € Gros Variabl
Teléfono	70,00 €	166,00 €	200,00 €	180,00 €	170,00 €	210,00 €	80,00 €	64,00 €	215,00 €	100,00 €	120,00 €	300,00 €	1.875,00 €	35.920,00 € Total Gastos
Locomoción	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	0,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	495,00 €	
Gtos. Representación	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	0,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	600,00 €	4.600,00 €	
Material de oficina	243,00 €			100,00 €			100,00 €	0,00 €		100,00 €			543,00 €	
Publicidad	600,00 €	300,00 €		120,00 €			120,00 €	0,00 €			120,00 €	600,00 €	1.860,00 €	
Comisiones bancarias	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	180,00 €	
Sueldos y Salarios	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	1.541,00 €	18.492,00 €	
Cuota Seg. Social (autónomos)	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	460,00 €	5.520,00 €	
Gastos extraordinarios	20,00 €			20,00 €			20,00 €			20,00 €		140,00 €	220,00 €	
Amortizaciones													1.271,00 €	
Previsión pagos mensuales.....	3.514,00 €	2.927,00 €	2.793,00 €	2.881,00 €	2.763,00 €	2.725,00 €	2.913,00 €	2.080,00 €	2.772,00 €	2.681,00 €	2.833,00 €	3.767,00 €	35.920,00 €	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7.9 Cuadro de costes de los cinco primeros años

ESCANDALLO DE COSTES A 5 AÑOS

Costes de prestación del servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	1.472,42 €	2.377,60 €	3.061,16 €	3.640,03 €	4.083,16 €
Mano de obra directa	17.700,00 €	18.231,00 €	18.777,93 €	19.416,38 €	20.037,70 €
Suministros y servicios exteriores	3.143,64 €	3.237,95 €	3.335,09 €	3.448,48 €	3.558,83 €
Subtotales	22.316,06 €	23.846,55 €	25.174,18 €	26.504,89 €	27.679,70 €
Amortizaciones	743,52 €	654,30 €	575,78 €	506,69 €	445,89 €
Cuota Autónomo	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €
Pago Trimestral IVA	11.698,42 €	20.574,81 €	30.862,21 €	43.374,89 €	51.949,19 €
Costes totales	40.158,00 €	50.475,65 €	62.012,17 €	75.786,47 €	85.474,77 €
Beneficios Brutos Previstos	55.706,78 €	97.975,27 €	146.962,90 €	206.547,08 €	247.377,08 €
Beneficios Netos Totales	15.548,78 €	47.499,61 €	84.950,73 €	130.760,62 €	161.902,31 €

Fuente: Elaboración propia