



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

**CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE UNA EMPRESA DEL SECTOR
AGROALIMENTARIO.
APLICACIÓN A UNA EMPRESA DE
COMERCIALIZACIÓN DE
ALIMENTOS PRODUCIDOS EN EL
HUERTO URBANO**

TRABAJO FINAL DE CARRERA

REALIZADO POR: LUCÍA ROIG SEGURA

DIRIGIDO POR: GONZALO GRAU GADEA

Licenciatura Administración y Dirección de Empresas

ÍNDICE

1. Introducción	6
1.1. Resumen ejecutivo	7
1.2. Objeto del TFC y justificación de las asignaturas relacionadas.....	9
1.3. Objetivos.....	11
1.4. Metodología	12
2. Análisis estratégico	13
2.1. Introducción	14
2.2. Análisis del macroentorno	15
2.2.1. Análisis PESTEL	15
2.3. Análisis del microentorno	22
2.3.1. Demanda	22
2.3.2. Competidores del sector	23
2.3.3. Competidores potenciales	26
2.3.4. Productos sustitutivos.....	27
2.4. Análisis DAFO.....	30
3. Aspectos jurídicos	31
3.1. Procedimiento de constitución	32
3.2. Leyes y reglamentos	39
4. Plan de marketing.....	41
4.1. Misión.....	42
4.2. Visión	43
4.3. Identidad de imagen corporativa.....	44
4.4. Marketing mix	45
4.4.1. Política de precios	45
4.4.2. Política de productos	48
4.4.3. Política de comunicación	51
4.4.4. Política de distribución.....	52
5. Plan de operaciones.....	54
5.1. Descripción del servicio.....	55
5.2. Identificación y descripción de los principales procesos	56
5.3. Estudio de la localización	58
5.4. Distribución en planta	59
5.5. Planificación de puesta en marcha	61
6. Plan de recursos humanos y organización	62
6.1. Organigrama.....	63

6.2. Análisis de puestos de trabajo	64
6.3. Políticas de contratación	67
7. Plan económico-financiero.....	69
7.1. Plan de inversión y financiación	70
7.2. Balance de situación.....	74
7.3. Cuenta de resultados	76
7.4. Análisis económico-financiero	84
8. Conclusiones.....	87
Bibliografía.....	90
Anexos	94

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Producto Interior Bruto a coste de factores* (Millones de €).....	16
Tabla 2. Principales macromagnitudes del sector agrario de la CV (Millones de €)	17
Tabla 3. Titulares de explotaciones agrarias en la CV	17
Tabla 4. Población.....	18
Tabla 5. Estructura de la población. 1 enero 2013.....	19
Tabla 6. Climatología	21
Tabla 7. Tipos de sociedades y sus características	32
Tabla 8. Precios verduras y hortalizas	45
Tabla 9. Precios semillas y plantel	48
Tabla 10. Calendario de siembra, plantación y recolección de verduras y hortalizas	56
Tabla 11. Distribución de los puestos de trabajo	64
Tabla 12. Inversión inicial	70
Tabla 13. Balance de situación	75
Tabla 14. Ocupación de los huertos y riego por goteo	76
Tabla 15. Contratación de apoyo en el mantenimiento.....	77
Tabla 16. Contratación de siembra, mantenimiento y recogida.....	77
Tabla 17. Miembros mínimos para los cursos formativos	77
Tabla 18. Venta de verduras y hortalizas	78
Tabla 19. Venta de bolsas ecológicas	79
Tabla 20. Venta de compost.....	79
Tabla 21. Cuenta de resultados	82
Tabla 22. Ratios	84
Tabla 23. VAN y TIR.....	85

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Huertos urbanos existentes.....	24
Ilustración 2. Tiendas de alimentos ecológicos.....	25

Ilustración 3. Huertos urbanos en proceso de creación	27
Ilustración 4. Logo “uVe eLe eco”	44
Ilustración 5. Plano distribución de la tienda física	59

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Análisis DAFO	30
Figura 2. Organigrama	63

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Resumen ejecutivo

En el presente Trabajo Final de Carrera se presenta un plan de empresa para la venta de los productos excedentes del huerto urbano situado en la Comunidad Valenciana, la elección de la localización se basa, principalmente, en las condiciones climatológicas, idóneas en la producción de productos agroalimentarios.

La elección de este tema para el proyecto final, surge de la motivación por lo aprendido a lo largo de estos años en la carrera, ya que me ha provisto de los conocimientos necesarios para realizar este plan de empresa. Así mismo por el interés que me ha causado esta nueva idea de negocio que son los huertos urbanos y los productos ecológicos producidos en estos.

Cada vez más las gente tiene una mayor preocupación por su salud y prefiere comprar productos naturales y ecológicos, así mismo, conocer el lugar de dónde proceden, genera un valor añadido.

Por todo lo anterior, nace la idea de la creación de una empresa que facilita la venta de dichos productos. Este plan de empresa me ha ayudado a estudiar la viabilidad, los riesgos y los posibles resultados del proyecto. Así como también a asegurarme de tomar las decisiones adecuadas en cuanto a la estrategia a seguir para cumplir los objetivos propuestos.

Este proyecto comienza con la introducción, donde se incluyen los aspectos más significativos del proyecto, seguido del objeto y objetivos, así como la justificación de las asignaturas relacionadas en la elaboración del proyecto.

El siguiente punto se basa en el análisis estratégico, en el que se introduce la definición y explicación de *huerto urbano*, además del estudio del macroentorno y del microentorno, para así conocer cómo afectan los diferentes factores a la empresa, para finalizar con un análisis DAFO sobre la empresa.

Otro aspecto a estudiar es el jurídico, en el que se define el tipo de sociedad adecuada y el marco legal a tener en cuenta para la creación de la empresa.

A continuación se ha realizado el estudio de la estrategia a seguir por la empresa y su política adecuada a través del marketing mix, estudiando las principales variables estratégicas: producto, precio, promoción y distribución; además se ha establecido claramente su visión y misión.

En cuanto al plan de operaciones hemos estudiado y detallado la localización, procesos principales y la distribución en planta, así como los puestos de trabajo necesarios para el negocio, realizando un estudio detallado de las necesidades de personal y el análisis pertinente de cada uno de los puestos de trabajo.

Finalmente hemos analizado uno de los apartados vitales en cualquier plan de empresa, el plan económico-financiero, en el cual se expone la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto y cómo se financia. Además se ha elaborado el posible balance de

situación y cuenta de resultados, terminando con un exhaustivo análisis económico-financiero de la empresa.

Por último, hemos formulado las principales conclusiones para cada una de las áreas estudiadas en el plan de empresa, relacionándolas con los objetivos principales de este TFC.

1.2. Objeto del TFC y justificación de las asignaturas relacionadas

Como hemos explicado en el punto anterior, resumen ejecutivo, el objeto principal de este TFC es la realización de un plan de empresa de *la creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario: aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano*.

Hemos elegido el sector de la agroalimentación, ya que día a día vemos que la sociedad se preocupa más por su salud así como del medio ambiente, y es por ello que al crear los huertos urbanos pueden comprar productos que se adapten a sus ideales, es decir, libres de productos químicos, además al saber dónde se cultivan saben con certeza que dicho alimentos son ecológicos y de la tierra.

A continuación, se describen las asignaturas estudiadas que están relacionadas para la elaboración de dicho proyecto:

Capítulo del TFC	2. Análisis estratégico
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none">• Dirección estratégica y política de la empresa.• Introducción a los sectores empresariales.• Economía española y regional.• Gestión y organización de empresas de servicios.• Macroeconomía.• Microeconomía.
<i>Breve justificación</i>	Ofrecerá una visión general de la situación general en la Comunidad Valenciana, estudiando los factores que afectan al macroentorno, mediante el análisis del PESTEL, así como el estudio del microentorno de la empresa. Concluiremos con el análisis DAFO.

Capítulo del TFC	3. Aspectos jurídicos
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none">• Legislación laboral y de la empresa.• Derecho de la empresa.• Gestión fiscal de la empresa.
<i>Breve justificación</i>	Este capítulo se basa en la forma de constitución de la empresa, mostrando qué tipo de sociedad es la más adecuada de acuerdo a sus características. También se mostrarán en este capítulo las leyes y reglamentos a los que la empresa debe acogerse.

Capítulo del TFC	4. Plan de marketing
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing de la empresa de servicios. • Dirección comercial. • Dirección estratégica y política de la empresa. • Gestión y organización de empresas de servicios.
<i>Breve justificación</i>	<p>Este apartado nos ayudará a seleccionar la mejor estrategia para cada variable del marketing mix.</p> <p>Además se seleccionará la identidad de la empresa y la visión y misión que se ajusten a los objetivos de la empresa.</p>

Capítulo del TFC	5. Plan de operaciones
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de proyectos empresariales. • Dirección de producción y logística. • Sistemas integrados de la información para la gestión.
<i>Breve justificación</i>	<p>Ofrecerá el funcionamiento del día a día de la empresa y los principales procesos llevados a cabo.</p> <p>Además se incluye un análisis de la localización de la empresa y posible distribución en planta de la misma.</p>

Capítulo del TFC	6. Plan de recursos humanos y organización
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de recursos humanos. • Marketing de empresas de servicios.
<i>Breve justificación</i>	<p>Se mostrará cómo los recursos humanos forman parte del proceso operativo de la empresa y la descripción de cada puesto de trabajo.</p>

Capítulo del TFC	7. Plan económico-financiero
<i>Asignaturas relacionadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad financiera. • Contabilidad analítica. • Economía de la empresa. • Matemáticas financieras. • Contabilidad general y analítica. • Dirección financiera.
<i>Breve justificación</i>	<p>Nos ofrecerá el proceso de inversión de la empresa y cómo ésta se financiará, se elaborará el respectivo balance de situación y la cuenta de resultados. Finalmente se realizará un análisis económico-financiero de la empresa.</p>

1.3. Objetivos

Este Trabajo Final de Carrera tiene como propósito cumplir con el plan de estudios de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, según el cual es necesario realizar un trabajo basado en hechos reales, debe ser fundamentalmente práctico y aplicado, apoyarse en las asignaturas cursadas a lo largo de la carrera.

Atendiendo a estos requisitos, se desarrolla este TFC que trata de la elaboración de un plan de empresa para *la creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario: Aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano.*

Para realizar este completo proyecto deberemos marcarnos ciertos objetivos, tales como:

- ◊ Obtener una visión general del sector en el que la futura empresa va a desarrollar su actividad principal.
- ◊ Analizar los antecedentes y la situación económica actual.
- ◊ Desarrollar el análisis estratégico mediante el estudio de los factores más influyentes tanto a nivel interno como a nivel externo, así como analizar la competencia y realizar un DAFO.
- ◊ Escoger la forma jurídica más adecuada para el fin de la empresa así como estudiar y comprender el marco legal y la normativa para su creación.
- ◊ Planear la estrategia del Marketing Mix con el fin de conseguir un buen posicionamiento para la empresa.
- ◊ Analizar las operaciones y los procesos de la empresa, realizando un estudio sobre la localización y distribución óptima además de una propuesta para su puesta en marcha.
- ◊ Establecer la misión, visión y valores de la empresa, para adaptar los puestos de trabajo y contratar a las personas de acuerdo a éstos.
- ◊ Realizar un análisis económico-financiero mediante la previsión de ventas, la inversión necesaria, el balance y la cuenta de resultados.
- ◊ Concluir sobre cada una de las áreas fundamentales en este plan de empresa y decidir sobre la viabilidad del proyecto.

1.4. Metodología

Para realizar este trabajo de investigación ha sido imprescindible utilizar una serie de herramientas necesarias para aportar datos concluyentes y significativos en este aspecto.

Para la obtención de estos datos hemos realizado amplias búsquedas en numerosas páginas de internet, donde se puede seleccionar información requerida, siempre después haciendo referencia en la bibliografía sobre lo que se ha hecho referencia en el trabajo, es decir, proporcionando la fuente de información.

Además hemos consultado bibliografía empleada a lo largo de esta licenciatura, sirviéndonos de base y apoyo para realizar las conclusiones oportunas.

Se han utilizado herramientas tales como el PESTEL o el DAFO, entre otras, ya que nos proporcionan información imprescindible sobre la relación de la empresa con su entorno, aspectos a tener en cuenta para mejorar su posicionamiento, además de ayudarnos mediante estas a comprender mejor la naturaleza del sector que estamos estudiando.

Durante el periodo que ha durado este proyecto, hemos tenido la oportunidad de realizar trabajo de campo, visitando un huerto urbano en Valencia, en la terraza del edificio donde se encuentra Radio City, en el Carmen; teniendo una charla muy enriquecedora con una de sus miembros más destacada, transmitiéndonos su experiencia, vivencia y posibles consejos sobre nuestra idea de negocio. En el anexo 1 se encuentra la pequeña entrevista que pudimos realizarle, así como fotografías realizadas en el lugar.

Es imprescindible por lo tanto, llevar a cabo este tipo de análisis con las adecuadas herramientas metodológicas para formarse una opinión acerca del tema en cuestión y poder dar juicios de valor sobre los datos que analicemos en cada momento.

2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1. Introducción

Entendemos por *huerto urbano* el espacio que se encuentra en un territorio urbano destinado al cultivo, tanto en tierra como en recipientes, promoviendo la reutilización de envases.

La tierra usada para estos fines puede ser privada, pública o residencial, es decir, podemos encontrarlos tanto en viviendas, terrazas, techos de edificios, balcones o jardines, en lugares abandonados, parques y plazas o lugares recuperados que son utilizados y aprovechados por un grupo que forman parte de programas y asociaciones, colectivos o la administración pública (colegios y universidades entre otros).

Desde la década de los 80, los huertos urbanos, han ido adquiriendo importancia debido a que se asocian a la calidad de los productos que consumimos, la generación de empleo, la mejora de la calidad de vida, la educación ambiental, las relaciones sociales, la transformación social y la regeneración urbana. Para esto han sido muy importantes los movimientos sociales, la concienciación y la organización ciudadana.

La agricultura urbana proporciona un marco en el cual la familia, vecinos, o grupos afines pueden aprender a observar y facilitar los procesos naturales (siembra, crecimiento, cuidados, floración-reproducción, injertos, cosecha, poda, conservación, elaboración de alimentos, resiembra).

Por otro lado, además de tener propósitos productivos, tiene un contenido educativo y reconstructivo, ayuda a fortalecer la integración y el trabajo en equipo y recuperar la autoestima, como así también promover hábitos nutricionales saludables.

Cabe destacar que en los huertos urbanos frecuentemente se aplican técnicas orgánicas, evitando el uso de biocidas (herbicidas, insecticidas, acaricidas, etc), recreando un ecosistema que se sostiene con la diversidad de los cultivos, la rotación de los mismos y el aporte de abonos orgánicos.

Por último, entre los beneficios que los huertos urbanos ofrecen, podemos encontrar:

- ◆ Autoconsumo, la razón inicial de los huertos.
- ◆ La relación ambiental-urbanística, por conservar los valores y las funciones ecológicas, culturales y paisajísticas de los espacios libres.
- ◆ Función social, a través de actividades educativas, lúdicas, terapéuticas, etc.
- ◆ Hábito saludable, beneficioso sobre el bienestar personal, la salud y la alimentación.
- ◆ Función cultural, en la Comunidad Valenciana, la tradición hortícola forma parte de la cultura popular.
- ◆ Función estética, decorando lugares con su variedad, riqueza y armonía.

2.2. Análisis del macroentorno

Es muy importante analizar el macroentorno con el fin de conocer las posibles influencias de los factores que incidirán directamente sobre el posible éxito o fracaso de la estrategia.

2.2.1. Análisis PESTEL

En este apartado nos centraremos en identificar un conjunto de factores del entorno general que afectan o condicionan de forma directa o indirecta a la empresa y que son difícilmente controlados por la misma.

Los factores se clasifican en seis bloques: político-legal, económico, social, tecnológico y entorno ambiental.

◇ Político-legal:

- En algunas ocasiones, aun cuando el ayuntamiento o la administración pública en general muestra la voluntad de promover y articular la participación de los vecinos en la creación y gestión posterior de los huertos, lo cierto es que, por diversas cuestiones, los mecanismos que se articulan o los resultados obtenidos no surten el efecto pretendido.
 - **Resistencia de los representantes políticos y técnicos.** Inquietud ante un nuevo proyecto del que aún se tiene poca experiencia y es difícil conocer las reacciones de los ciudadanos.
 - **Exceso de burocracia administrativa.** El proceso de creación o gestión de los huertos puede simplificarse o complicarse hasta el punto de desanimar a los ciudadanos ante los numerosos trámites a desarrollar.
 - **Monopolio o limitación de la participación.** En las asociaciones o grupos ciudadanos pueden existir líderes que monopolizan o capitalizan la participación, impidiendo o limitando la participación de los otros ciudadanos. De igual manera, determinados grupos que pueden considerarse mejor capacitados pueden minusvalorar o reducir la participación de otros grupos sociales.

◇ Económico:

- El nivel de renta per cápita de la Comunitat Valenciana ha superado la media de la UE (75%), con un 85%, según un informe publicado este jueves por la oficina estadística comunitaria, Eurostat, con los últimos datos disponibles de 2011.
- Según un informe realizado por la Cámara de Comercio en junio de 2013 sobre las principales cifras de la Comunidad Valenciana, en la siguiente tabla podemos observar que el sector de la agricultura es el menos relevante tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto de España, representando un 2,1% sobre el total de la Comunidad Valenciana, esto es 1.887 millones de euros.

El sector más representativo es el sector servicios, con un 70,1%; seguido por la industria y energía (17,2%) y construcción (10,6%).

Tabla 1. Producto Interior Bruto a coste de los factores* (Millones de €)

2012	C. Valenciana	%/ Total	España	%/ Total	% CV/España
Agricultura	1.887	2,1	26.019	2,7	7,3
Industria y energía	15.769	17,2	163.331	16,9	9,7
Construcción	9.772	10,6	87.719	9,1	11,1
Servicios	64.356	70,1	687.336	71,3	9,4
VAB total	91.786	100,0	964.405	100,0	9,5

Fuente: Contabilidad regional del INE. Primera estimación. (*) PIB a precios de mercado menos impuestos

- Partiendo del informa citado anteriormente (Cámara de Comercio, 2013), de las principales macromagnitudes del sector, vemos una tendencia ligeramente decreciente de 2008 a 2010, tanto de la producción final agraria, consumos intermedios y VAB a precios intermedios; por el contrario, las subvenciones, impuestos, amortizaciones y la renta agraria se han visto incrementadas.

Como parte positiva recalcar el aumento de las subvenciones y amortizaciones, así como de la renta agraria; y como aspecto negativo, la subida de los impuestos.

Tabla 2. Principales macromagnitudes del sector agrario de la CV (Millones de €)

	2008	2009	2010 ¹
Producción Final Agraria	3.188,2	2.998,4	3.089,5
Consumos intermedios	1.139,2	1.004,7	1.058,4
VAB a precios básicos	2.048,9	1.993,7	2.031,1
Subvenciones	195,3	195,9	240,8
Impuestos	23,8	25,2	27,9
Amortizaciones	359,8	360,3	371,0
Renta Agraria	1.860,6	1.804,2	1.873,1

Fuente: Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación. (1) Provisionales

- En la tercera tabla del mismo informe, podemos observar que predominan las explotaciones de terrenos inferiores a 1 hectárea con 34.008 propietarios, es decir el 28,47% del total.

Vemos que conforme va aumentando el tamaño del terreno va disminuyendo el número de propietarios.

En cuanto a la evolución vemos una gran disminución de estos, debido principalmente a la urbanización y construcción sobre estos.

Tabla 3. Titulares de explotaciones agrarias en la CV

Tamaño de la explotación	1999	2003	2009
Hasta 1 hectárea	99.808	46.870	34.008
De 1 a 2 hectáreas	43.952	41.587	30.499
De 2 a 5 hectáreas	44.516	36.249	30.288
De 5 a 10 hectáreas	18.751	15.235	13.137
De 10 a 20 hectáreas	8.930	5.784	6.584
De 20 a 30 hectáreas	2.385	1.262	2.032
De 30 a 50 hectáreas	1.582	1.025	1.376
De 50 a 100 hectáreas	934	536	854
TOTAL explotaciones	222.454	149.207	119.451

Fuente: Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación. *Último censo agrario: 2009

◆ Social:

- La sociedad va adaptándose a un nuevo estilo de vida en el que prima la buena salud frente al agobio y al estrés. Esto se ha ido forjando debido a

la concienciación hacia los productos ecológicos, practicar deporte y realizar actividades al aire libre, siempre, respetando el medio ambiente.

- Analizando la población de la Comunidad Valenciana, como era de esperar, Valencia es la provincia con mayor número de habitantes, 2.562.887, con un 50,2% del total de la Comunidad, pero en cuanto a la densidad, no es la primera, ya que la provincia con mayor densidad es Alicante.

La provincia con menor población y densidad de la Comunidad es Castellón, con 600.592 habitantes y una densidad de 90,6 hab/km².

Tabla 4. Población

2012	Habitantes	% Prov/CV	%/ España	Hab / Km ²
Alicante	1.940.886	38,0	4,1	333,7
Castellón	600.592	11,8	1,3	90,6
Valencia	2.562.887	50,2	5,4	238,6
C. Valenciana	5.104.365	100,0	10,8	220,1
España	47.059.533		100,0	80,7

Fuente: INE. Padrón Municipal a 1 de enero de 2013

- Observando la estructura de la población, con datos del 1 de enero de 2013, el intervalo de edad con mayor representatividad es el de 35 a 44 años, con 869.927 habitantes, lo que representa el 17% del total de la C. Valenciana, siendo este intervalo el más significativo en el resto de España también. Le sigue el intervalo de 45 a 54 años y el de 25 a 34 años. Por lo que concluimos que para el sector analizado es un buen segmento al que dirigirse.

Tabla 5. Estructura de la población. 1 enero 2013

Años	C. Valenciana	% / Total	España	% / Total
0-14	764.114	14,9	7.050.276	14,9
15-24	501.424	9,8	4.641.308	9,8
25-34	715.960	14,0	6.687.421	14,2
35-44	869.927	17,0	8.009.419	17,0
45-54	752.799	14,7	7.002.046	14,8
55-64	585.750	11,4	5.335.780	11,3
65-74	472.145	9,2	4.018.934	8,5
75 y más	442.246	8,6	4.314.349	9,1
TOTAL	5.104.365	100,0	47.059.533	100,0

Fuente: INE. Datos provisionales

◆ Tecnológico:

- Se identifican seis tendencias que marcan la pauta en la evolución actual, y previsiblemente futura del sector. Estas son:
 - **Demandas del consumidor.** Orientación hacia el nuevo perfil del consumidor, junto con el aumento de los conocimientos y exigencias de éste. La empresa debe satisfacer demandas como la información, calidad y seguridad, así como adaptar los productos a nuevos modos del consumidor, como por ejemplo, fuera del hogar, porciones, rapidez de preparación, etc.
Por lo que la utilización de las tecnologías es cada vez más complejas para el control de estos procesos.
 - **Desarrollo de procesos industriales.** Las tecnologías emergentes en materia de conservación de alimentos se han convertido en el centro de atención de gran parte de la industria alimentaria.
Las aplicaciones donde las tecnologías actuales van a sufrir un mayor grado de innovación se centran, fundamentalmente, en dos áreas: tecnologías de conservación y envasado y tecnologías de producción y automatización.

- **Innovación en productos.** Surge la necesidad de encontrar nuevas materias primas y desarrollar nuevos productos intermedios que mejoren las condiciones de la cadena de producción.
Entre los productos intermedios con nuevas características, destacan los dirigidos al desarrollo de otros con propiedades activas de cara al consumidor, como son los productos nutricionales y funcionales.
- **Sostenibilidad y ciclo de vida.** La industria competitiva del futuro deberá desempeñar un papel clave en la contribución al desarrollo sostenible, a través de la reducción de la cantidad de materias primas empleadas y del empleo de métodos productivos más seguros, limpios y eficientes.
- **Legislación y nuevos productos.** Como factor impulsor o ralentizador de la aplicación industrial de nuevas tecnología y, en menor medida, de su desarrollo, se constituye como un elemento que, siendo externo a la empresa agroalimentaria, es un agente fundamental en la relación de ésta con los procesos de innovación.
- **Tecnología de la información y la comunicación (TIC).** Las tecnologías se incluirán en la sector agroalimentario para permitir y facilitar la gestión integral, esto es con el desarrollo de un software específico para el control y gestión de redes logísticas de distribución, almacenamiento y transporte; la transferencia de información en soporte papel o electrónico, mejorando las posibilidades originales de recuperación y gestión de las mismas. Por otra parte, los avances de las TIC han favorecido la comunicación de las empresas con sus clientes, ya que pueden ofrecer sus servicios o productos a través de sus páginas web. Además, gracias a estas se han desarrollado aplicaciones móviles y páginas web, en las cuales nos podemos dar a conocer.

◇ Entorno ambiental:

- Un factor que nos puede afectar directamente es la climatología, como observamos la temperatura media en las tres provincias es muy similar, rondando los 18,5°C de media, una temperatura idónea para el cultivo de alimentos.

En cuanto a la humedad también observamos datos parejos, aunque Valencia es la que presenta más humedad frente a Castellón, que es la que menos.

Otro aspecto a destacar debido a su gran importancia en el sector son las precipitaciones, que como observamos, con una media de 85 precipitaciones al año (23%), son muy escasas, lo que supone un problema que habrá que paliar regando con aguas provenientes de pantanos y/o balsas, incrementándose así el coste.

Tabla 6. Climatología

2011	Alicante	Castellón	Valencia
Temperatura media (°C)	18,9	18,4	18,7
Humedad relativa (%)	69,0	62,0	70,0
Precipitaciones (mm)	300,2	513,1	444,5
Número de días con precipitaciones >1mm	80	91	85

Fuente: IVE

- *Leyes medioambientales.* Las formas en que las empresas hacen público su respeto al medio ambiente son diversas, entre ellas: el uso de ecoetiquetas, las certificaciones de los Sistemas de Gestión Medioambiental y los códigos medioambientales, siendo el más importante en España el Código de Gobierno de la Empresa Sostenible.

2.3. Análisis del microentorno

2.3.1. Demanda

Poco a poco, son más las personas que buscan participar en actividades tanto rurales como ecológicas, debido a una mayor concienciación medioambiental, la búsqueda de una alimentación más sana y saludable y un mayor contacto con la naturaleza.

Es por esto que los clientes a los que nos podríamos dirigir serían los siguientes:

- ◇ **Particulares.** Podemos dividirlos en dos subgrupos:
 - Jubilados y desempleados. Personas que quieren dedicar su tiempo libre y/o disponible a producir sus propios alimentos ecológicos, pudiendo vender su excedente, en terrenos delimitados, alquilados o adquiridos para dicho fin.
 - Resto (jóvenes, familias, etc.). Personas que por sus ideales o valores desean participar en actividades ecológicas y medioambientales, y es por ello que, tanto la producción, el aprendizaje y el consumo de productos ecológicos, forman parte de su estilo de vida.
- ◇ **Grupos y cooperativas de consumo.** Agrupaciones de personas, con cierta sensibilidad medioambiental, social y hacia la salud, buscan la manera de abastecerse de productos ecológicos.
- ◇ **Minoristas y tiendas especializadas** (herboristerías, tiendas de productos ecológicos y tiendas de comercio justo).
- ◇ **Otras entidades.** Los subdividimos en cuatro subgrupos:
 - Centros educativos. Con el fin de lograr en los niños una sensibilización ambiental, respetando la tierra y su entorno natural más cercano; desarrollar la autonomía personal, aprendiendo a desenvolverse en una tarea nueva; la socialización, debido al trabajo en equipo; y la adquisición de hábitos de higiene, salud y cuidado corporal, relacionados con el ejercicio físico y la buena alimentación.

- Centros de mayores. Espacios creados en las propias instalaciones de los centros, ofreciendo una alternativa lúdica enmarcada en un plan de envejecimiento activo, utilizando el valor terapéutico de las plantas. Se opta por esta actividad, ya que la hortoterapia, combate la depresión, el contacto con la naturaleza estimula los sentidos, mejorando las funciones motoras, la tolerancia al trabajo y la autonomía personal, y fortalece la memoria y la autorrealización de las personas mayores.
- Ayuntamientos. Planteando un nuevo concepto de espacio verde, donde la participación ciudadana es fundamental, ya que estos huertos son fruto del trabajo y el cuidado de los propios usuarios, por lo cual, adquieren también un valor desde el punto de vista social.
- Centros de reinserción social. Tratando de motivar y ayudar a sus miembros mediante actividades al aire libre, fomentando el trabajo en equipo y la autorrealización.
- Restaurantes. Aquellos restaurantes en los que su menú principal se base en comida ecológica, utilizando los mejores productos cosechados sin pesticidas. Entre ellos pueden encontrarse tanto los restaurantes veganos como los vegetarianos.

2.3.2. Competidores del sector

El número de empresas que desarrollan su actividad en el sector agroalimentario, centrándonos en la agricultura ecológica, se ha visto incrementado en los últimos años.

A continuación enumeraremos los competidores del sector en dos grupos y los situaremos en el mapa para una mayor visualización; por una parte los huertos urbanos existentes en la provincia de Valencia y por otra parte las tiendas de alimentos ecológicos situadas, también, en Valencia. En el anexo 2 se detallan más en profundidad cada uno de ellos.

◆ Huertos urbanos.

- Albal
- Almussafes
- Aldaia
- Aras de los Olmos
- Alfara del Patriarca
- Bellreguard

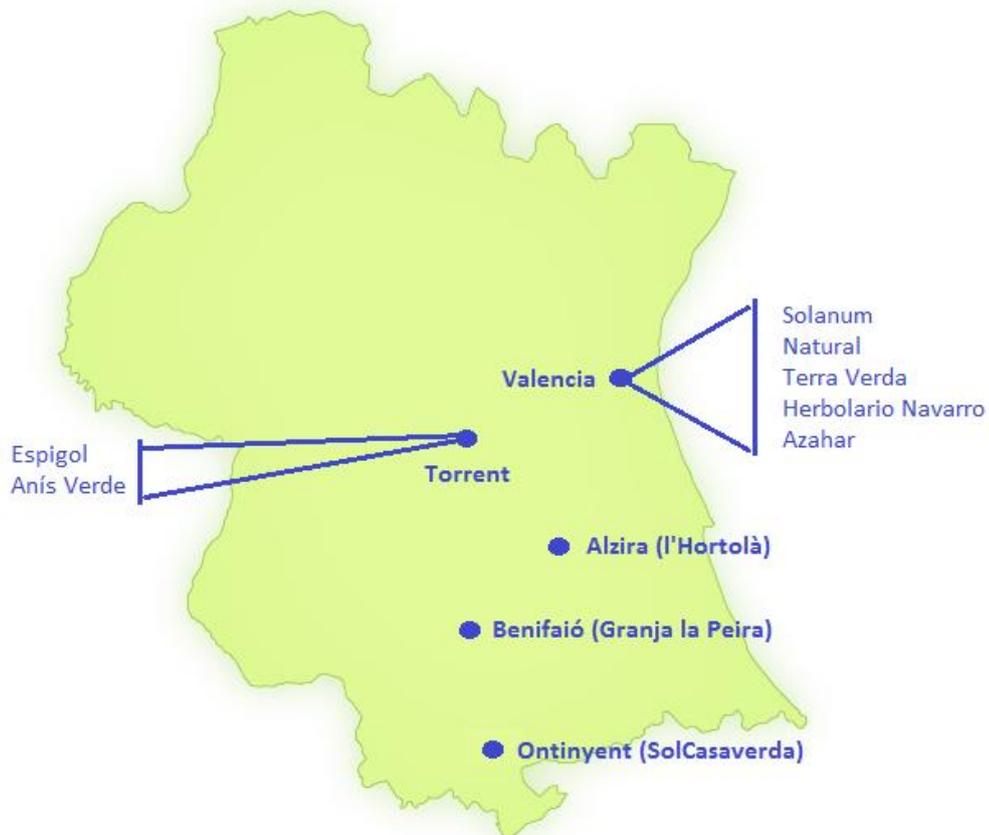
- Benirredrá
- Bocairent
- Burjassot
- El Puig de Santa María
- Gandia
- Godella
- L'Alcúdia
- L'Elia
- Manuel
- Massamagrell
- Ontinyent
- Puçol
- Rocafort
- Sagunt
- Valencia
- Xàtiva

Ilustración 1. Huertos urbanos existentes



- ◇ Tiendas de alimentos ecológicos.
 - Solanum. Alimentos ecológicos
 - SolCasaverda
 - Granja la Peira
 - L'Hortolà
 - Natural
 - Terra Verda
 - Herbolario Navarro
 - Espigol
 - Anís Verde
 - Azahar

Ilustración 2. Tiendas de alimentos ecológicos



2.3.3. Competidores potenciales

Como competidores potenciales tendríamos a todas aquellas empresas como de huertos urbanos como de tiendas de alimentos ecológicos que estén en vías de creación.

Hemos podido encontrar datos de los huertos urbanos, dentro de Valencia, que se están creando, como vemos en el mapa, estos son:

- ◆ Faura
- ◆ Estivella
- ◆ Serra
- ◆ Náquera
- ◆ Sot de Chera
- ◆ Benaguasil
- ◆ La Pobla de Vallbona
- ◆ Pedralba
- ◆ Loriguilla
- ◆ La Pobla de Farnals
- ◆ Vinalesa
- ◆ Alaquás
- ◆ Paiporta
- ◆ Alfafar
- ◆ Alcàsser
- ◆ Beniparrell
- ◆ Sueca
- ◆ Alzira
- ◆ Corbera
- ◆ Enguera
- ◆ Guadasséquies
- ◆ Llocnou de Sant Jeroni
- ◆ Daimús
- ◆ Miramar
- ◆ Palmera
- ◆ Rafelcofer

Ilustración 3. Huertos urbanos en proceso de creación



2.3.4. Productos sustitutivos

En cuanto a los productos sustitutivos, encontramos todos aquellos que realizan la misma función que nuestra empresa, satisfaciendo las mismas necesidades para el consumidor. Estos son:

◆ **Huertos en balcones, terrazas o áticos.**

Pequeños espacios agrícolas destinados a satisfacer el autoconsumo y el ocio, con bastante éxito entre la gente de ciudad, ya que no todos tienen una parcela en el campo.



- ◆ **Huertos vecinales.** Debido a la existencia de solares vacíos, descampados y terrenos degradados en las ciudades, se ha visto la oportunidad en la que los vecinos dotan a estos espacios con otro significado, es decir, transformando



el paisaje en espacios de estancia, huertos, etc. Fomentando así el encuentro con otras personas, estableciéndose relaciones comunitarias.

- ◆ **Huertos verticales.** Se han convertido en la respuesta para todas esas



personas urbanitas que echan de menos su relación con la tierra y apenas tienen espacio en los apartamentos, cada vez más pequeños. En el mercado hay disponibles macetas específicas para estas composiciones, aunque se pueden utilizar materiales reciclados como botellas de plástico. Son los conocidos en muchos países como los cultivos sin suelo.

- ◆ **Huertos o campos de cultivo.** Es un cultivo de regadío, muy frecuente en las vegas de los ríos por ser un tipo de agricultura que requiere riego abundante, aunque el riego por goteo economiza una enorme cantidad de agua. Los principales cultivos de las huertas suelen ser las hortalizas, verduras,



legumbre y a veces árboles frutales, recibiendo por ello el nombre genérico de cultivos hortícolas.

- ◆ **Mercadillos de alimentos.** Es un mercado ambulante que se instala generalmente al aire libre en uno o varios días determinados de la semana. Los mercadillos suelen situarse en lugares públicos o



cedidos por el ayuntamiento de la localidad, tales como plazas, avenidas, aparcamientos, etc. En los mercadillos de alimentos se vende género de todo tipo de alimentos como hortofrutícolas, encurtidos, comida artesanal, etc.

- ◆ **Tiendas de alimentación.** Es un establecimiento comercial, físico o virtual, donde la gente puede adquirir alimentos, ya sean ecológicos o no, a cambio de una contraprestación económica.



- ◆ **Grandes superficies.** Son las tiendas y mercados de gran tamaño, localizadas



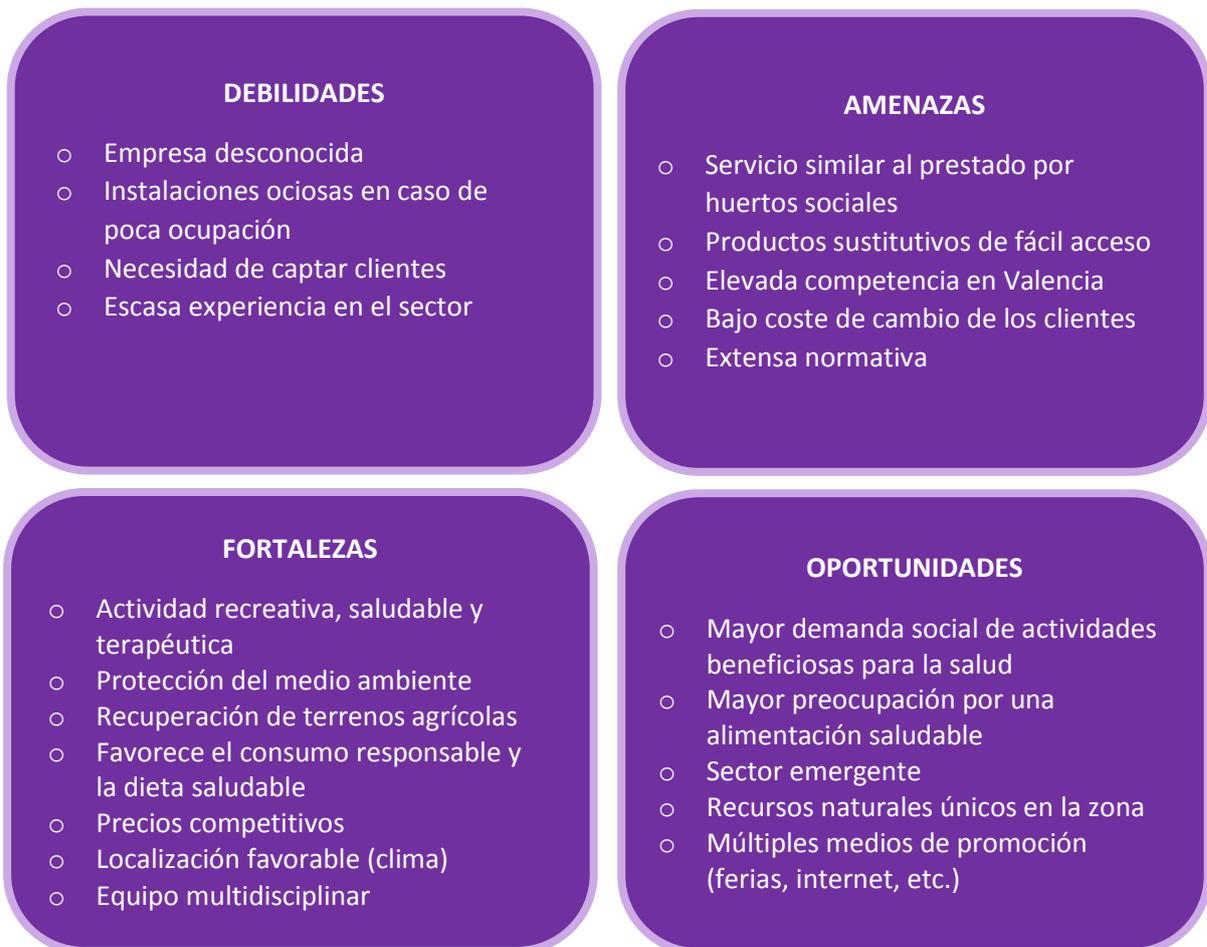
en un edificio o recinto techado donde se venden un variado tipo de productos, en el caso de alimentos se denominan hipermercados o supermercados.

2.4. Análisis DAFO

Mediante el DAFO estudiaremos la situación de nuestra empresa, analizando tanto nuestras características internas como la situación externa.

Nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades destacadas y a preparar a nuestra organización contra las amenazas, teniendo en cuenta nuestras debilidades y fortalezas.

Figura 1. Análisis DAFO



3. ASPECTOS JURÍDICOS

3.1. Procedimiento de constitución

La elección de la forma jurídica es una decisión clave en cualquier proyecto, ya que todas las posibles opciones tienen características tanto favorables como desfavorables en función del objetivo del negocio y de sus fundadores.

A continuación, en la tabla, encontramos las distintas formas jurídicas detallando el número de socios, capital social y responsabilidad.

Tabla 7. Tipos de sociedades y sus características

Tipo de empresa	Nº Socios	Capital	Responsabilidad
<i>Empresario individual (autónomo)</i>	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Emprendedor de Responsabilidad Limitada</i>	1	No existe mínimo legal	Ilimitada con excepciones
<i>Comunidad de Bienes</i>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Sociedad Civil</i>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Sociedad Colectiva</i>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Sociedad Comanditaria Simple</i>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Sociedad de Responsabilidad Limitada</i>	Mínimo 1	Mínimo 3.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad Limitada de Formación Sucesiva</i>	Mínimo 1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad

<i>Sociedad Limitada Nueva Empresa</i>	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.000€ Máximo 120.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad Anónima</i>	Mínimo 1	Mínimo 60.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad Comanditaria por Acciones</i>	Mínimo 2	Mínimo 6.000€	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<i>Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral</i>	Mínimo 3	Mínimo 3.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad Anónima Laboral</i>	Mínimo 3	Mínimo 60.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad Cooperativa</i>	Cooperativas 1er grado: mínimo 3 Cooperativas 2º grado: 2 cooperativas	Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedades Profesionales</i>	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Sociedad de Garantía Recíproca</i>	Mínimo 150 socios participes	Mínimo 10.000.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad
<i>Entidades de Capital-Riesgo</i>	Al menos 3 miembros en el Consejo de Administración	Sociedad de Capital Riesgo: Mínimo 1.200.000€ Fondos de Capital Riesgo: Mínimo 1.650.000€	Limitada al capital aportado en la sociedad

<i>Agrupación de Interés Económico</i>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
--	----------	------------------------	---

Fuente: ipyme.org

En primer lugar descartamos las sociedades en las que la responsabilidad es ilimitada, ya que no queremos responder con nuestro propio patrimonio; es decir, la Sociedad Civil, la Comunidad de Bienes, la Sociedad Comanditaria, el Empresario Individual, la Agrupación de Interés Económico y el Emprendedor de Responsabilidad Limitada, las eliminamos por cumplir dicha característica.

En segundo lugar tendremos en cuenta el número mínimo y/o máximo de socios. En nuestro caso, dos compañeras de universidad queremos constituir una sociedad, esto es dos socias fundadoras. Por tanto descartaremos aquellas que como mínimo nos exijan ser tres socios, como es el caso de la Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral y la Sociedad Anónima Laboral.

En tercer lugar, atendiendo al capital social que debemos aportar, consideramos que para ser emprendedoras y recién licenciadas, preferimos que el capital a aportar sea una cifra no muy elevada, por lo que eliminamos la Sociedad Anónima, La Sociedad de Garantía Recíproca y las Entidades de Capital Riesgo.

Por último nos quedarían los tres tipos de Sociedades Limitadas (Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Limitada de Formación Sucesiva y Sociedad Limitada Nueva Empresa). Tras valorar sus características, ventajas y desventajas, optamos por constituir una **Sociedad Limitada Nueva Empresa**, debido a los siguientes aspectos positivos:

- ◆ Posibilidad de realizar los trámites de constitución y puesta en marcha por medios telemáticos, evitando desplazamientos al emprendedor y un ahorro sustancial de tiempos y costes, mediante el Documento Único Electrónico (DUE).
- ◆ Posibilidad de constitución por el procedimiento presencial, con los mismos tiempos de respuesta de notarios y registradores (48 horas), siempre que se opte por la utilización de unos estatutos sociales orientativos.
- ◆ El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad, si bien se da opción a los socios de establecer, además, una actividad singular.
- ◆ Utilización de una denominación social especial que incorpora un código alfanumérico (ID-CIRCE) lo que permite su obtención en 24 horas.
- ◆ No es obligatoria la llevanza del libro registro de socios porque el reducido número de socios no lo hace necesario.
- ◆ Medidas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial:

- Aplazamiento, sin aportación de garantías del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Este impuesto lo tiene que pagar toda sociedad que se constituya y supone 1% del capital social aportado.
 - Aplazamiento, sin garantías, del pago del Impuesto de Sociedades correspondiente a los dos primeros ejercicios. Este impuesto está actualmente supone entre el 30-25% para la pyme del beneficio generado durante un ejercicio.
 - La no obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades. Pagos a cuenta del Impuesto de Sociedades a declarar en un ejercicio que se puede calcular de dos formas: según los resultados del ejercicio que se van generando; o en función del Impuesto de Sociedades presentado en el ejercicio anterior.
 - La aplicación de deducciones por actividades de investigación científica e innovación tecnológica.
 - Aplazamiento o fraccionamiento de las cantidades derivadas de retenciones e ingresos a cuenta del IRPF durante el primer ejercicio. Es decir, una empresa podría aplazar el pago del modelo 110, retenciones de empleados o fraccionarlo, devengando intereses.
- ◊ Importantes facilidades para continuar su actividad como sociedad de responsabilidad limitada.

Una vez elegida la forma jurídica más adecuada para nuestro negocio, detallaremos los pasos a seguir para su constitución.

Tramitación telemática de la Sociedad Limitada Nueva Empresa

A través del procedimiento telemático de creación de empresas sólo hay que realizar dos desplazamientos:

1. **Al PAE** donde nos asesorarán y cumplimentarán el Documento Único Electrónico (DUE) sin necesidad de utilizar formularios en papel.
2. **A la Notaría**, previa cita concertada a través del PAE, para el otorgamiento de la escritura de constitución.

También podemos realizar los trámites por nosotros mismos a través del PAE Virtual. Para ello deberemos acceder al portal CIRCE desde un ordenador con acceso a Internet y disponer de un certificado digital. En este caso, el único desplazamiento necesario será ir a la Notaría para firmar las escrituras.

Como podemos encontrar en el Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE), el proceso a seguir lo detallamos a continuación:

Pasos previos al procedimiento telemático son:

1. *Depósito del Capital Social.* Uno de los requisitos para crear una Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) es disponer de un certificado bancario que indique que alguno de los futuros socios de la sociedad ha hecho una aportación dineraria, en

concepto de capital social de la empresa. Este capital social limita la responsabilidad de la Sociedad.

Pasos obligatorios que forman el procedimiento telemático

1. *Cumplimentación del Documento Único Electrónico (DUE)*. Una vez informado el emprendedor de cómo poner en marcha su iniciativa empresarial, si decide constituir su sociedad telemáticamente, deberá cumplimentar el DUE con todos los datos necesarios para la tramitación.

El emprendedor deberá suministrar la documentación necesaria, al técnico del PAE que cumplimentará el DUE a través del Programa de Ayuda a la Cumplimentación del DUE (PACDUE).

Entre los servicios que proporciona CIRCE se encuentra la solicitud de la cita con la Notaría elegida, para el otorgamiento de la escritura pública de constitución de la sociedad.

La cita con la Notaría se obtiene de forma inmediata por medio de una comunicación en tiempo real con el sistema de la Agenda Notarial, que facilita los datos de la Notaría, la fecha y hora de la cita.

Una vez enviado el DUE al STT-CIRCE, el emprendedor deberá acudir a la Notaría para el otorgamiento de la escritura de constitución.

2. *Otorgamiento de la Escritura de constitución*. El STT-CIRCE envía los datos del DUE firmados electrónicamente a la Notaría. Cuando el emprendedor acude a la Notaría, según la cita concertada, debe aportar el certificado de desembolso del capital social y el certificado de la denominación social si lo ha obtenido directamente del Registro Mercantil Central. Con estos documentos se procede al otorgamiento de la escritura pública de la sociedad.
3. *Solicitud del NIF provisional*. La Administración Tributaria, con la información suministrada por la Notaría (a través del STT-CIRCE) envía el NIF provisional.

Una vez la Agencia Tributaria ha facilitado el NIF provisional, se le comunica la Declaración Censal a la Administración Tributaria competente, procediendo a la realización del Alta Censal.

4. *Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados*. La constitución de sociedades está actualmente exenta del pago el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP/AJD), sin embargo, es necesaria la obtención del justificante del Impuesto (Modelo 600) por parte de la Comunidad Autónoma pertinente. Para disponer de dicha justificación, el STT-CIRCE se comunica con las comunidades autónomas.
5. *Inscripción en el Registro Mercantil Provincial*. El Registrador Mercantil realiza la calificación de la Sociedad y la inscribe en el Registro. Para ello, previamente habrá

recibido del STT-CIRCE el certificado de la Denominación Social y la certificación negativa del pago del ITP/AJD, así como el NIF asignado.

Finalmente el Registro Mercantil Provincial enviará los datos de la resolución de inscripción firmados electrónicamente al STT-CIRCE para que continúe la tramitación.

6. *Trámites en la Seguridad Social.* El DUE se envía a la Tesorería General de la Seguridad Social o al Instituto Social de la Marina (TGSS/ISM), para generar los Códigos de Cuenta de Cotización, afiliar en su caso y dar de alta a los socios y a los trabajadores de la empresa, si los hubiere.

Los trámites de Seguridad Social se pondrán en marcha a través del STT-CIRCE una vez que en la Notaría se otorgue la escritura y se reciba el NIF provisional de la Administración Tributaria.

7. *Expedición de la Escritura inscrita.* La Notaría recibe la información del Registro Mercantil Provincial e incorpora a la matriz de la escritura los datos de la resolución de inscripción registral.

8. *Solicitud del NIF definitivo de la sociedad.* La Administración Tributaria confirmará el NIF definitivo al STT-CIRCE, para lo cual se le remitirá previamente una copia autorizada de la Escritura inscrita. Finalizando el proceso de creación de la Empresa.

La Administración Tributaria, notificará al emprendedor la finalización del proceso y remitirá el NIF definitivo al domicilio fiscal de la sociedad.

Pasos complementarios

1. *Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de protección de datos.* Por ley, las empresas están obligadas a notificar a la Agencia Española de Protección de datos la posesión de ficheros con datos de carácter personal.

La inscripción en la Agencia de Protección de datos de estos ficheros se realizará siempre que el emprendedor lo haya solicitado en el formulario del DUE.

2. *Solicitud de reserva de Marca o Nombre Comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas.* La solicitud de reserva de Marca o Nombre Comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), se realiza desde el STT-CIRCE si el empresario lo desea. Una vez realizada la solicitud, la Oficina Española de Patentes y Marcas continuará con el procedimiento administrativo necesario para el registro del signo distintivo.

El registro de una marca o un nombre comercial otorga a la empresa el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos/servicios idénticos o similares con el mismo signo distintivo.

3. *Solicitud de Licencias en el Ayuntamiento.* En aquellos ayuntamientos que colaboran con CIRCE o estén adheridos al proyecto Emprende en 3, se realizará ante los

mismos la solicitud de licencias o la declaración responsable en función del tipo de actividad de la empresa

4. *La comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal.* Este trámite consiste en realizar la legalización o alta de los contratos de trabajo de los trabajadores por cuenta ajena.

Pasos no incluidos en el procedimiento telemático

Existen una serie de trámites necesarios para constituir la SLNE que todavía no están cubiertos por CIRCE. Entre ellos:

- La comunicación de la apertura del Centro de Trabajo.
- La obtención y legalización de los libros.

3.2. Leyes y reglamentos

La Sociedad Limitada Nueva Empresa es un tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada con una serie de peculiaridades. Se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.

En esta ley se detallan las siguientes características:

- Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).
- El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.
- La denominación social se compone de los apellidos y el nombre de uno de los socios más un código alfanumérico único (ID-CIRCE) seguido de las palabras “Sociedad Limitada Nueva Empresa” o la abreviación “SLNE”.
- Se podrán utilizar unos estatutos sociales orientativos que reducen los tiempos de notarios y registradores a un máximo de 24 horas cada uno.
- Dos formas de constitución: telemática y presencial.
- Los órganos sociales son una Junta General de socios y un Órgano de administración unipersonal o pluripersonal.
- Pueden continuar sus operaciones en forma de SRL por acuerdo de la Junta General y adaptación de los estatutos.

También nos afectan otras leyes al tratarse de un comercio que estará abierto al público, así como a la producción de dichos alimentos, entre ellas podemos encontrar:

- ◆ La norma básica nacional sobre horarios comerciales de atención al público, dictada por el Estado en ejercicio de sus competencias sobre bases de ordenación de la economía, es la **Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales, modificada por lo dispuesto en el Título V Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.**
- ◆ Legislación consolidada del **BOE de la Ley 7/1996**, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- ◆ **Real Decreto 381/1984, de 25 de enero**, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria del Comercio Minorista de Alimentación. El necesario control técnico y sanitario de los establecimientos minoristas de alimentación precisa, para proporcionar una mayor garantía al consumidor y ordenar una actividad tan diversa.

- ◆ La certificación de producción ecológica es necesaria para poder garantizar que el sistema de producción ecológico de los alimentos llegue al consumidor con las máximas garantías. Para ello, el Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV) realiza controles exhaustivos a los operadores mediante auditorias de los sistemas de producción y elaboración, y toma muestras de los productos para su análisis. De esta forma se garantiza que estos productos cumplen con la normativa de producción ecológica, ofreciendo alimentos de calidad y libres de residuos de productos de síntesis química y OGM.

Tanto el sistema de producción y elaboración como el sistema de control es común a todos los países de Europa y está regulado por el **Reglamento (CE) 834/2007**.

La Comisión Europea publica la lista de las Autoridades de control y Organismos autorizados para realizar el control y la certificación de los productos ecológicos. En la Comunidad Valenciana el CAECV es la autoridad de control y certificación de los productos agrarios y alimentarios ecológicos (ES-ECO-020-CV).

- ◆ Reglamentos y/o normativas referentes al sistema de riego y de luz.

4. Plan de Marketing

4.1. Misión

“Ofrecer un espacio donde se aúnen naturaleza, tranquilidad, trabajo y salud, ligando la agricultura con la venta de productos 100% orgánicos y ecológicos a precios competitivos, siempre respetando el interés de nuestros clientes mediante responsabilidad, compromiso y honestidad.”

4.2. Visión

“Ser una empresa consolidada y reconocida en la Comunidad Valenciana por el compromiso hacia la producción y venta de productos ecológicos mediante la autorrealización personal y el trabajo en equipo.”

4.3. Identidad de imagen corporativa

La identidad corporativa o identidad visual es la manifestación física de la marca, en nuestro caso nos centraremos en el logo de la empresa, para el cual hemos escogido colores verdosos combinados con colores vivos, como es el naranja, representando la naturaleza y el sol.

Las dos iniciales de nuestros nombres están representadas por tallos y hortalizas para reflejar nuestra actividad principal y el espíritu ecológico.

Nuestro logo aparecerá en el rótulo de la tienda, los uniformes de los empleados y serigrafiado en las bolsas de tela reciclables en las que entregaremos los productos vendidos.

El logo finalmente escogido y con el que más identificadas nos sentimos es el siguiente:

Ilustración 4. Logo “uVe eLe eco”



El resto de logos barajados se encuentran en el anexo 3.

4.4. Marketing mix

El Marketing-mix nos ayudará a estudiar y analizar las cuatro P's para conocer la situación de nuestra empresa y desarrollar una estrategia específica de posicionamiento.

4.4.1. Política de precios

Nuestra política de precios se basarán, en un principio, en los precios establecidos por la competencia para competir en el sector, pero nuestra perspectiva futura es la de diferenciarnos mediante por ejemplo, la apertura del local ininterrumpidamente desde las 9:00 horas hasta las 20:30 horas, de lunes a sábado.

La tabla muestra unos precios representativos u orientativos de las posibles frutas y verduras que se podrán cultivar según la temporada y las preferencias de la gente que alquile su parcela en el huerto urbano.

Estos precios pueden verse alterados debido a múltiples factores o circunstancias, la mayoría de ellas no controlables por el ser humano, como pueden ser las sequias, plagas, lluvias torrenciales, granizo, etc., resumiendo, factores climatológicos adversos a la actividad principal de la empresa.

Tabla 8. Precios verduras y hortalizas

PRODUCTO	PRECIO (€/kg)
Acelgas (manejo)	1.20
Ajo seco	5.10
Apio verde (manejo)	2.65
Berenjenas	2.15
Boniato	2.05
Brócoli (unidad)	2.15
Calabacín	2.05
Calabaza Butternut (unidad)	2.90
Cebolla dulce	1.85
Cebolla morada	1.80
Cebolla seca	1.30
Cogollo lechuga (unidad)	0.65

Coliflor (unidad)	1.95
Espinacas (manejo)	1.85
Guindilla fresca	7.8
Judía Perona	4.3
Judía Bobby	4.3
Lechuga hoja de roble (unidad)	1.60
Lechuga romana (unidad)	1.60
Nabo (unidad)	1.65
Patatas	1.55
Pepino corto	1.85
Pimiento italiano verde	1.95
Pimiento rojo	2.25
Puerro (unidad)	0.95
Rábanos (manejo)	1.10
Remolacha de mesa	3.45
Repollo (unidad)	2.50
Tomates ensalada	2.75
Tomates Pera	2.40
Tomate Valenciano	
Zanahorias (manejo)	2.45
Alcachofas	
Habas	
Judía Perona Roja	
Ajos tiernos (manejo)	
Fresas	
Fresones	

Fuente: *Elaboración propia*

Además también ofrecemos la posibilidad de adquirir los productos de temporada en cestas surtidas, que pueden estar elaboradas por nosotros o por el agricultor que las ha cultivado. Clasificamos las cestas en:

- ◇ Cesta grande. Con un precio de 21.95€. Esta cesta podría contener productos y cantidades similares a estos:
 - 2kg de patata.
 - 1kg de cebolla seca.
 - 1kg de pepino.
 - 1kg de berenjena.
 - 1 manojo de rabanitos.
 - 1kg de pimiento rojo.
 - 1kg de calabacín.
 - 0.5kg de judía perona.
 - 1kg de tomate.

- ◇ Cesta pequeña. Con un precio de 16.95€. Esta cesta podría contener productos y cantidades similares a estos:
 - 1kg de patata.
 - 1kg de cebolla seca.
 - 1kg de pepino.
 - 1kg de calabacín.
 - 0.5kg de judía perona.
 - 1kg de tomate.

Una vez la empresa lleve tiempo realizando su actividad, habremos conseguido elaborar suficiente compost para vender a nuestros clientes a un precio de 0.50€ el kilo, pudiendo comprar la cantidad que deseen.

Así mismo, tras varias cosechas podremos disponer de semillas y plantel propios para su venta, y facilitar así la labor de los arrendatarios. Los precios de éstos varían en función del producto, la época y la cantidad. En la siguiente tabla mostramos algunos productos y precios orientativos.

Tabla 9. Precios semillas y plantel

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
Berenjena	600 semillas	1.39€
Pepino	300 semillas	2.24€
Nabo	1.500 semillas	2.24€
Lechuga romana	1.800 semillas	2.24€
Espinacas	10.000 semillas	2.95€
Cebolleta	800 semillas	1.39€
Tomate	12 unidades	4.95€
Melón	4 unidades	2.5€
Sandía	5 unidades	2.5€

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Política de productos

Nuestros productos se caracterizan por la venta directa desde el huerto urbano, pudiendo ver los clientes, mientras compran, el espacio agrícola donde estos se han cultivado, así como incluso conocer a los diversos agricultores que participan en todo el proceso productivo. En estos productos, al ser distribuidos sin intermediarios, se puede apreciar el verdadero sabor y aroma de la verdura de siempre.

De esta forma no pasan varios días desde que se recolectan hasta que llega a tu cocina, como ocurre en el caso de las grandes distribuidoras u otras tiendas, en las que pasan días e incluso semanas en cámaras frigoríficas, donde pierden muchas de sus propiedades.

Nuestras **verduras y hortalizas**, las cultivamos de forma totalmente sostenible, tradicional y respetuosa al máximo con el medio ambiente.

A continuación vamos a nombrar algunos de los usos, propiedades y beneficios que pueden aportar algunas verduras y hortalizas que cultivamos en nuestros huertos, para así mostrar la importancia que tiene hoy en día la salud y el valor añadido que aporta por ser ecológico.

◆ Acelgas:

- Son unas hortalizas ricas en nutrientes.
- Son ricas en hierro y vitaminas A y C básicamente.
- Son un alimento que aporta increíbles cantidades de calcio.
- Alimento imprescindible en las dietas de deportistas y ancianos.
- Ideales para combatir anemia y el cansancio típico de las épocas frías y oscuras.
- La mejor época para consumirlas es en invierno.
- Pueden cocinarse de múltiples formas, aunque la más práctica es la cocción y servida con un poco de aceite de oliva.

◆ Ajo seco:

- Difícilmente encontraremos un vegetal que tenga más y mejores propiedades profilácticas y curativas científicamente comprobadas.
- Actualmente es muy apreciado como condimento, habiéndose relegado, lamentablemente, su uso terapéutico de un modo casi completo entre los médicos, aunque con el renacimiento de la medicina natural vuelve a ser tenido en cuenta como remedio.
- Es un calmante intestinal, un astringente y un bactericida. Extermina las bacterias malignas del intestino, a la vez que fomenta la reproducción de colibacterias, los agentes intestinales normales.

◆ Calabacín:

- Compuesto mayormente de agua, seguido de hidratos de carbono y pequeñas cantidades de grasa vegetal y proteínas.
- Alimento idóneo para personas en sobrepeso debido a su bajo contenido en calorías.
- Aporte vitamínico C, B1, B2 y B6 y pequeñas cantidades de folatos que ayudarán a generar glóbulos blancos y rojos y también anticuerpos en nuestro sistema inmunológico.
- Es rico en aminoácidos, ácidos naturales, ácido salicílico, vitaminas A y B, grasas, fibras, minerales y azúcares y ha demostrado tener

numerosas aplicaciones positivas para combatir enfermedades, heridas o molestias en general.

◆ Espinacas:

- Destaca por su contenido en proteínas, vitaminas y minerales y por sus demostradas propiedades curativas, especialmente en las anemias, es un auténtico alimento-medicina.
- Tiene un bajo contenido calórico, en cambio resulta importante su contenido en vitaminas, valiosos minerales en forma de sales, clorofila, oligoelementos y enzimas.
- Contiene vitamina A en cantidad notable, es decir, la vitamina para la protección de la piel y las mucosas, que ni siquiera se pierde por cocción, evaporación o conservación. También contiene un excelente aporte de vitamina B y C.

◆ Guindilla fresca:

- Es una variedad de pimiento de color rojo o verde, pequeño tamaño y picante sabor.
- Por su alto contenido en capsaicina, esta sustancia puede ayudarte a quemar grasas

◆ Alcachofas:

- Ayuda a la recuperación de enfermedades hepáticas tales como la cirrosis, hepatitis o una intoxicación, estimulando la glándula biliar para segregar los ácidos que protegerán nuestro hígado.
- Es antidiabética, con una infusión de dos hojas secas por litro de agua antes de cada comida reduciremos notablemente el nivel de azúcar en sangre.
- Se puede preparar un hervido de alcachofa como colirio 100% natural y ecológico.

Otro de los productos que ofertamos es el **compost**, que se forma a partir de desechos orgánicos como son restos de comida, frutas y verduras, aserrín, cáscaras de huevo, restos de café, trozos de madera, poda de jardín (ramas, césped, hojas, raíces, pétalos, etc.).

Y por último también venderemos las **semillas y plantel**, que obtengamos a partir de nuestros cultivos.

4.4.3. Política de comunicación

En cuanto a la política de comunicación que queremos realizar, deberemos atender los siguientes aspectos:

- ◆ **Objetivos:** buscamos penetrar en el mercado así como atraer al mayor número de clientes posibles.
- ◆ **Público objetivo:** El target al que se dirige el plan de comunicación estará constituido por el perfil de los siguientes clientes potenciales:
 - *Particulares* que se preocupen por su salud y el medio ambiente, adquiriendo alimentos que no son tratados con productos químicos perjudiciales tanto para la salud como para la naturaleza.
 - *Pequeños bares y restaurantes* que sientan preferencia por la cocina ecológica y que opten por alimentos saludables.
- ◆ **Mensaje:** El mensaje que queremos transmitir se centra en satisfacer a los clientes a través de alimentos ecológicos cultivados en nuestros propios huertos, siempre participando en su cultivo, para tener un mayor control de la calidad de estos productos.
- ◆ **Comunicación:** definiremos tanto la comunicación corporativa como la externa.
 - *Comunicación corporativa:* esta comunicación se identificará con nuestra filosofía, es decir, el respeto medioambiental y la vida saludable. En todos nuestros productos se mostrarán los logos oficiales de los certificados de la alimentación ecológica.
 - *Comunicación externa:* la canalizaremos mediante las siguientes estrategias:
 - Marketing directo, mediante la realización de folletos informativos tanto del huerto urbano como de la venta de los alimentos ecológicos procedentes de éstos. La elaboración e impresión de estos folletos supone un coste aproximado de 90€ al año, ya que 1.000 folletos valen 81,81€.

Por otro lado, dispondremos de una página web propia, www.uveeleeco.com, en la que podremos encontrar información respecto a nuestra empresa, precios, productos y servicios que realizamos; la adquisición del dominio de la página web ronda los 48€ anuales.

- Marketing indirecto, siendo muy importante la comunicación a través de las recomendaciones de terceras personas. Para ello se utilizarán las redes sociales, blogs, etc.
- Marketing experiencial, organizaremos visitas guiadas a nuestros clientes potenciales para dar a conocer las instalaciones, además se podrán realizar jornadas en las que se expliquen las diferencias entre alimentos ecológicos y convencionales, dándoles a probar nuestros productos.
- Marketing relacional, a través de ferias agrícolas y haciendo contactos con asociaciones del sector de la alimentación ecológica.

Este plan se pondrá en marcha antes y durante los primeros años de funcionamiento de la empresa, hasta lograr darnos a conocer y tener una cartera de clientes frecuentes.

El plan de marketing supondrá un coste inicial importante, así como de tiempo dedicado a su puesta en marcha.

4.4.4. Política de distribución

La venta de nuestros productos ecológicos la realizaremos en dos puntos a través de la venta directa al cliente final, estos son:

- ◆ En la **tienda física** situada en el recinto, al lado del huerto urbano, para que así de este modo los consumidores puedan ver y asegurarse de que los productos adquiridos proceden de dicho huerto y ver el proceso de cultivo de estos.
- ◆ En los pueblos cercanos a nuestra empresa, acotando el área a pueblos situados en l'horta nord, en los que semanal o mensualmente, realicen

mercaditos de alimentos, aproximándonos a aquellos clientes que tienen por costumbre realizar sus compras dentro de su localidad.

5. Plan de Operaciones

5.1. Descripción del servicio

La empresa se denomina “uVe eLe eco”, podemos calificarla como *huerto comercial*, ya que debido al creciente interés por los alimentos locales, así como ecológicos, se han ido creando huertos con la finalidad de comercializar con los productos producidos en estos, desde un punto de vista empresarial, dentro del entorno más inmediato del huerto. Estos productos hortícolas se comercializan a mayor o menor escala dependiendo del tamaño y producción del huerto.

Por tanto, podemos dividir la empresa en dos grandes áreas de negocio. La primera de ellas sería el alquiler de parcelas en el huerto urbano para el cultivo de verduras y hortalizas y por otro lado tendríamos la venta a través de una tienda, en las mismas instalaciones, de los productos excedentes cultivados por los arrendatarios y los cultivamos por nuestra empresa, todos ellos de forma ecológica y respetando el medio ambiente.

Este plan en concreto se centra en el estudio de la viabilidad de la puesta en marcha de la segunda área de negocio, es decir, la venta de los productos ecológicos en nuestra propia tienda.

En nuestra página web, podremos encontrar más información sobre esta área de negocio en el apartado uVe eLe alimentos, como puede ser cuáles son las hortalizas de temporada, sus propiedades y beneficios, precios, cestas, así como realizar cualquier consulta.

5.2. Identificación y descripción de los principales procesos

Los principales procesos que encontramos para llevar a cabo la venta de los productos ecológicos, podemos calificarlos como sencillos, siendo estos los siguientes:

1. **Recolectar las verduras y hortalizas** del huerto atendiendo a su calendario de siembra, plantación y recolección, pudiendo variar según el clima y condiciones.

A continuación mostramos una tabla con dichos valores como datos orientativos.

Tabla 10. Calendario de siembra, plantación y recolección de verduras y hortalizas

ESPECIES	SIEMBRA	PLANTACIÓN	RECOLECCIÓN
<i>Rábanos</i>	Todo, no en verano	-	45 días después
<i>Zanahorias</i>	Todo, no en verano	-	90 días después
<i>Apio</i>	Enero-Febrero	Abril	Junio-Noviembre
<i>Cebollas</i>	Enero-Febrero	Abril-Mayo	Julio-Agosto
<i>Guisantes</i>	Febrero	-	Mayo-Junio
<i>Judías verdes</i>	Febrero	-	Mayo-Junio
<i>Lechugas</i>	Febrero	Abril	Mayo-Junio
<i>Lechugas rojas</i>	Febrero	Marzo-Abril	Mayo-Junio
<i>Escarola</i>	Febrero y Octubre	Marzo y Noviembre	Mayo y Febrero
<i>Puerros</i>	Febrero	Abril	Agosto-Octubre
<i>Tomates</i>	Febrero	Abril-Mayo	Julio-Agosto
<i>Nabos</i>	Febrero-Marzo	-	Julio-Agosto
<i>Calabacines</i>	Abril	-	Junio-Agosto
<i>Pepinos</i>	Abril	-	Junio-Agosto
<i>Brécol</i>	Julio-Agosto	Septiembre	Enero-Abril
<i>Coliflores</i>	Julio-Agosto	Septiembre	Enero-Abril
<i>Lombardas</i>	Julio-Agosto	Septiembre	Enero-Abril
<i>Repollos</i>	Julio-Agosto	Septiembre	Enero-Abril
<i>Acelgas</i>	Noviembre-Diciembre	Enero-Febrero	Mayo-Junio
<i>Espinacas</i>	Noviembre-Diciembre	Enero-Febrero	Abril-Mayo
<i>Habas</i>	Noviembre-Diciembre	-	Abril-Mayo
<i>Fresas</i>	-	Febrero-Marzo	Mayo-Junio

<i>Patatas tardías</i>	-	Marzo	Julio
<i>Patatas tempranas</i>	-	Octubre	Marzo
<i>Ajos</i>	-	Diciembre	Julio

Fuente: Infojardín

- Este proceso se realizará normalmente a primera hora de la mañana, antes de la apertura de la tienda para tener suficiente stock durante el día.
2. Posibilidad de **comprar a los arrendatarios** de los huertos alquilados de la otra área de negocio, sus excedentes, a un precio a convenir entre ambas partes.
 3. **Limpiar las verduras y hortalizas** para eliminar los restos de tierra y que sean vistosos y apetitosos para los clientes.
 4. **Colocarlas en sus cestas** correspondientes de la tienda, combinando la gran variedad de colores que nos aportan los diferentes alimentos para crear un gran impacto visual.
 5. **Venta** de los productos, en la que se emite un ticket de compra para los clientes detallando los productos adquiridos, la cantidad, el precio de cada uno de ellos, así como el IVA correspondiente.
 6. **Pago** de los productos comprados, los clientes pueden efectuar el pago tanto en efectivo como con tarjeta de crédito o débito.
 7. **Entrega de las verduras y/o hortalizas** compradas en una bolsa ecológica de tela con nuestro logo serigrafiado, la cual tendrán que adquirir los clientes en su primera compra, por un módico precio, pudiendo llevarla cada vez que vuelvan a visitarnos, con el fin de proteger el medio ambiente.

5.3. Estudio de la localización

Un aspecto muy importante a considerar en este estudio es la localización, ya que es muy importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales para poder realizar la actividad de forma exitosa. Estos dos aspectos son: tener una gran superficie cultivable, así como que se encuentre situado en una zona con fácil acceso y buenas conexiones de transporte, para que los clientes puedan acceder tanto para cultivar sus huertos, como para comprar productos ecológicos en nuestra tienda.

Se buscará una finca que se encuentre en la periferia de la ciudad o lo más cerca posible.

Tras realizar una exhaustiva búsqueda de terrenos cultivables en venta situados en la provincia de Valencia, nos hemos decantado por la situada en la población de Algemesí, encontrada en la página web de milanuncios.

Dicha parcela rustica, con una superficie de 1,35 hectáreas, dispone de buena tierra y está próxima al Colegio Maristas, con muy buen acceso para todo tipo de vehículos.

Actualmente está cultivada de melocotoneros, los que tendremos que extraer pudiendo conservar cierto número de ellos para la venta propia.

La parcela están en venta por un precio de 2.700€, unos 2.000€ por hectárea.



5.4. Distribución en planta

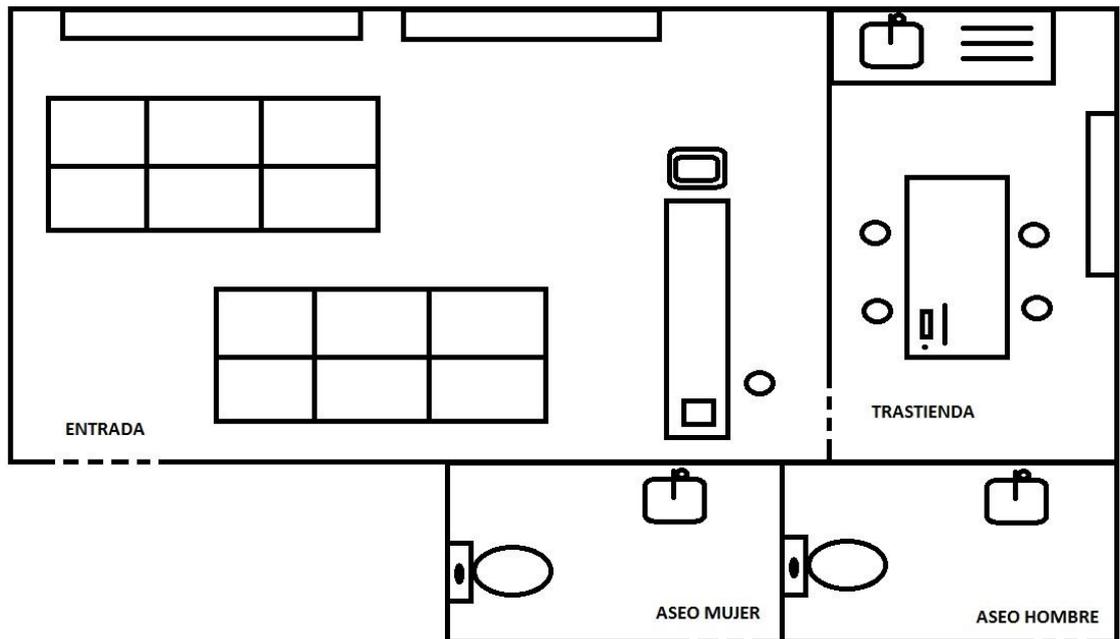
Como ya hemos dicho en el apartado anterior, el terreno que vamos a adquirir consta de 10.350 m², el cual distribuiremos de la siguiente forma:

◆ **Terreno edificable**, escogeremos la zona de mayor acceso para construir la tienda, el parking y el almacén.

- La *tienda* tendrá 300 m² de superficie, espacio que creemos con suficiente cabida para albergar un mostrador, una trastienda donde se efectuará la limpieza y arreglo de los productos y todas las estanterías en las que situaremos las verduras y hortalizas, y por último el baño, que dará a la parte exterior para que tanto los clientes como los arrendatarios de las parcelas puedan hacer uso de éste.

Deberemos adquirir el equipo informático necesario para poder realizar la actividad, éste constará de un ordenador y una caja registradora.

Ilustración 5. Plano distribución de la tienda física



- El *parking*, con 250 m², dispondrá de dos plazas para minusválidos y 8 plazas normales.
- El *almacén*, en el que meteremos todas las herramientas y utensilios necesarios para el cultivo, con una extensión de 500 m².

Adquiriremos un pequeño tractor, dos mulillas de arar, todos los materiales para mantener el sistema de riego por goteo, una furgoneta, una trituradora de ramas y vegetales y herramientas y aperos.

Así mismo, destinaremos una extensión de 150 m², para realizar una habitación en la que se almacenará el género. Esta habitación estará climatizada para una mejor conservación de los productos.

◆ **Terreno cultivable**, tendrá una extensión de 9.300 m², de los cuales 2.500 m² serán de nuestra propiedad para cultivar los productos que se venderán en la tienda, y los restantes 6.800 m² los subdividiremos según el tamaño de las parcelas a arrendar:

- 40 parcelas de 25 m².
- 60 parcelas de 50 m².
- 28 parcelas de 100 m².

5.5. Planificación de puesta en marcha

El proceso que seguiremos para la puesta en marcha de nuestra empresa constará de los siguientes pasos:

1. Constitución de la empresa, **uVe eLe eco**, y registro de la marca y el logo.
2. Adquisición del terreno.
3. Solicitud de licencias de obras.
4. Mientras se realizan los trámites, extraer los melocotoneros que no vayamos a utilizar.
5. Ir preparando la tierra cultivable para que sea más fértil.
6. Estudiar y delimitar tanto el tamaño como la disposición de cada una de las parcelas a arrendar.
7. Plantar en el perímetro plantas repelentes para evitar las plagas de bichos y no utilizar pesticidas.
8. Cercar los terrenos mediante vallado perimetral y limitar cada una de las parcelas.
9. Una vez conseguida las licencias, construir la tienda, el almacén y el pequeño parking.
10. Una vez estemos en disposición de comenzar la producción, solicitaremos la certificación de producción ecológica al CAECV.
11. Comenzar con nuestra política de comunicación para darnos a conocer para captar clientes.
12. Realizar la actividad empresarial, aunque durante las obras se podrá empezar con el cultivo, o en su defecto preparando el compost.

6. Plan de Recursos Humanos y Organización

6.1. Organigrama

La estructura organizativa de la empresa está encabezada por el Consejo de Administración, formado por las dos socias fundadoras de la sociedad, es decir por mi compañera Vanessa Rubio y por mí, Lucía Roig.

Por debajo del Consejo se encuentra la Administración y Gestión de la misma, que tendrá una responsable que será Vanessa Rubio.

Llegado a este punto el organigrama se divide en tres grandes áreas de negocio: producción, marketing y ventas.

El área de producción se encargará de tres funciones principales: el alquiler de parcelas, el cultivo propio y las acciones formativas.

En el área de marketing tendrá un único responsable, yo seré la responsable en esta área.

Y por último, el área de ventas tendrá las funciones de llevar la tienda y encargarse del almacén.

Figura 2. Organigrama



6.2. Análisis de puestos de trabajo

En primer lugar detallaremos el personal que será necesario para poder llevar a cabo la actividad empresarial, enumerando las personas necesarias por cada departamento.

A continuación detallaremos y describiremos las funciones y requerimientos necesarios para cada uno de los puestos.

Tabla 11. Distribución de los puestos de trabajo

DEPARTAMENTO	EMPLEADOS
<i>Consejo de Administración</i>	Socias fundadoras: <ul style="list-style-type: none">• Lucía Roig• Vanessa Rubio
<i>Administración y Gestión</i>	Vanessa Rubio
<i>Área de Producción</i>	Vanessa Rubio
<i>Alquiler de parcelas</i>	2 empleados
<i>Cultivo propio</i>	2 empleados
<i>Acciones formativas</i>	1 empleado
<i>Área de Marketing</i>	Lucía Roig
<i>Área de Ventas</i>	Lucía Roig
<i>Tienda</i>	2 empleado
<i>Almacén</i>	1 empleado

Fuente: Elaboración propia

Como vemos, contaremos con 10 empleados incluyéndonos a nosotras mismas, ya que además de ser las fundadoras tendremos un cargo de gran responsabilidad dentro de la sociedad, ya que cada una llevará su área de negocio estudiada en cada uno de los proyectos.

Para el alquiler de parcelas necesitaremos a 2 personas para cubrir los dos turnos de trabajo al igual que en la tienda.

En cuanto al cultivo propio, requeriremos de dos personas con conocimientos sobre agricultura, para ello exigiremos al menos 3 años de experiencia.

Para realizar las acciones formativas contrataremos a una persona con habilidades sociales y con gran interés por aprender y hacernos crecer en cuanto a nuevas ideas.

Por último en el almacén habrá un empleado, sin necesidad de experiencia ni conocimientos previos, ya que básicamente realizará tareas físicas.

A continuación detallaremos las funciones y/o tareas a realizar para cada uno de los departamentos.

◆ Consejo de Administración.

- Toma de decisiones con respecto a la sociedad.

- Aprobación de las cuentas anuales.

◆ **Administración y Gestión.**

- Llevanza de la contabilidad y libros registro.
- Trámites burocráticos.
- Relaciones con entidades bancarias.
- Firma de contratos con clientes y empleados.

◆ **Área de producción.**

- Supervisión y dirección de los 5 empleados a su cargo.
- Fijación de los precios de los productos en colaboración con el responsable del área de ventas.

◆ *Alquiler de parcelas.*

- Organizar los huertos y asignar las parcelas.
- Prestación de servicios requeridos por los clientes, como por ejemplo la instalación del riego por goteo y la ayuda en la siembra, cosecha o recolección, etc.
- Gestión y acondicionamiento de las parcelas ociosas para una óptima y rápida puesta en marcha cuando se alquile.

◆ *Cultivo propio.*

- Decidir sobre la cuantía y productos a cultivar en cada momento.
- Realizar la siembra, cosecha y recolección de las verduras y hortalizas.
- Controlar las plagas y malas hierbas.
- Manejar la maquinaria agrícola, realizando su mantenimiento.

◆ *Acciones formativas.*

- Organizar jornadas y talleres.
- Impartir dichas jornadas y talleres.
- Estudio y formación sobre nuevas actividades.

◆ **Área de Marketing.**

- Actualizar la página web.
- Realizar la política de comunicación.
- Búsqueda de clientes.

- Decidir a qué ferias y mercados acudir.

◆ **Área de Ventas.**

- Supervisión y dirección de los 3 empleados a su cargo.
- Acudir a los mercados y ferias como representante de la empresa.
- Apoyo en tienda.
- Fijación de los precios de los productos en colaboración con el responsable del área de producción.

◆ *Tienda.*

- Realizar la venta de los productos.
- Etiquetar y colocar los productos en los stands.
- Atender y asesorar a los clientes.

◆ *Almacén.*

- Cuidado y limpieza de las herramientas y aperos.
- Transporte del género guardado en almacén a tienda.
- Ayuda en la recolección de las verduras y hortalizas propias.

6.3. Políticas de contratación

El capital humano en nuestra empresa es un pilar básico para su funcionamiento, de modo que tenemos que tener muy clara la estructura y política de contratación, por lo que definiremos los cuatro pasos a realizar.

- ◆ **Reclutamiento.** Para atraer a los posibles empleados lanzaremos las ofertas de empleo tanto en portales de empleo especializados y redes profesionales, como por ejemplo Infojobs o LinkedIn, como en servicios públicos de empleo, como el INEM.
- ◆ **Selección.** Para filtrar los posibles candidatos primero realizaremos una criba a través de los currículos y una vez tengamos escogidos un número reducido de candidatos para cada puesto (entre 5 y 10), realizaremos una entrevista personal con cada uno de ellos, donde finalmente nos decantaremos por el que más se adapte a los requerimientos del puesto, así como el que mejor encaje con los valores de la empresa.
- ◆ **Contratación.** Como hemos puesto en el apartado anterior, contrataremos a tiempo completo a las 8 personas estipuladas en el APT y en función de la carga de trabajo nos plantearemos contratar de forma eventual a más trabajadores.
- ◆ **Formación.** La formación será esencial para cada uno de los empleados, ya que deben conocer los valores y filosofía de la empresa, así como su visión y misión. A todos los nuevos empleados se les instruirá en nociones básicas sobre agricultura ecológica y autoconsumo, para que sean conscientes de sus beneficios y puedan transmitirlo en su entorno. Por otro lado, se realizará formación específica dependiendo del puesto ocupado, como por ejemplo el sistema de cobros y pagos en tienda, o el sistema de almacenamiento en el almacén.
- ◆ **Integración.** Una vez contratados, se les enseñarán las instalaciones de la empresa, las dos áreas de negocio, tienda y huertos, y además se le presentarán a todos los demás empleados, ya que nos consideramos una empresa pequeña y familiar y consideramos importante crear buenos vínculos entre nosotros.

Así mismo, durante las primeras semanas de trabajo, tendrá un supervisor que le ayudará y le guiará en todo su proceso para que coja soltura y confianza.

7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

7.1. Plan de inversión y financiación

◆ INVERSIÓN

La inversión inicial que supone poner en marcha nuestra empresa asciende a un total de 68.170€, descomponiéndose de la siguiente manera:

Tabla 12. Inversión inicial

<u>INVERSIÓN INICIAL</u>	
INMOVILIZADO MATERIAL	67.605 €
Terreno	2.700 €
Edificio (obras)	50.000 €
Maquinaria	5.945 €
<i>Tractor</i>	4.900 €
<i>Mulillas</i>	500 €
<i>Trituradora hojas</i>	545 €
Material tienda	300 €
Mobiliario	2.500 €
Utillaje	2.000 €
Furgoneta	3.000 €
Equipo informático	1.000 €
Aire acondicionado	160 €
INMOVILIZADO INMATERIAL	565 €
Marca y nombre comercial	165 €
Aplicaciones informáticas	400 €
TOTAL ACTIVO	68.170 €

Fuente: Elaboración propia

La inversión inicial la clasificamos en inmovilizado material e inmovilizado inmaterial, comenzando por el inmovilizado material tenemos en primer lugar el **terreno** que como ya comentamos lo adquiriremos por 2.700€ y está situado en la localidad de Algemés. Una vez adquirido el terreno, se requerirá la realización de **obras**, que calculamos supondrán un coste estimado de 50.000€, en el que se incluye tanto la tienda, como el almacén y el parking.

En cuanto a la **maquinaria** que deberemos adquirir para realizar la actividad comprenderá un pequeño tractor de segunda mano valorado en 4.900€, dos mulillas de arar de segunda mano, una eléctrica más pequeña con un coste de 100€ y una de gasolina por 400€ con un alcance mayor; y por último una trituradora de hojas de nueva adquisición valorada en 545€.

En el **material en tienda** incluimos el material de tienda necesario como son archivadores, papeles, bolígrafos y las bolsas de tela ecológicas que se utilizarán en la entrega de los productos.

El **mobiliario** que requeriremos se compondrá por cestas de mimbre, una mesa de trabajo, dos mesas simples, cinco sillas, mostrador, tres estanterías tienda, tres estanterías almacén, dos W.C., dos pilas pequeñas y una pila grande con escurridero.

El **utillaje** comprende los útiles necesarios para las labores de cultivo, como rastrillos, palas, azadas, etc. y supondrán un coste de 2.000€.

La **furgoneta** también la adquiriremos de segunda mano, ya que tenemos que tratar de minimizar los gastos iniciales; dicha furgoneta es una Renault Kangoo de ocasión con 92.000Km, diésel, del año 2001, tasada en 3.000€.

En cuanto al **equipo informático**, hemos optado por comprar un ordenador de sobremesa, una impresora y un teléfono inalámbrico y aportar otro de sobremesa que una de las socias no daba utilidad en su casa, por lo que nos costará 1.000€.

Y por último el **aire acondicionado** para mantener el género en el almacén supondrá un coste de 160€.

En el inmovilizado inmaterial hemos considerado únicamente dos partidas, la **marca y el nombre comercial** cuyo coste asciende a 165€ y las **aplicaciones informáticas**, realizando inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial, en las que incluimos programas ofimáticos como procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos, etc y un buen antivirus, siendo valorado en 400€.

◆ FINANCIACIÓN

• Recursos propios

Para la financiación del proyecto, las socias fundadoras aportarán un **capital inicial** de 4.200€, una aportación monetaria de 2.000€ cada una, además del ordenador de sobremesa citado en el apartado anterior valorado en 200€.

Por otra parte, se solicitarán subvenciones a los organismos oficiales para atender parte de la inversión y liberar fondos para previsiones futuras de gastos. Las prácticas de agricultura ecológica están subvencionadas a través de

programas de ayudas agroambientales. Dichas ayudas se tramitan en el Servicio de Ayudas Complementarias de la Dirección General de la Política Agraria Común. En nuestro caso concretamente la solicitaremos en la **Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria (AVFGA)**, en el *Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana 2014-2020*.

No obstante, de momento no lo tendremos en cuenta dado que no sabemos si nos llegarán a aceptar la subvención solicitada.

- **Recursos ajenos**

A la vista de nuestras necesidades económicas nos hemos planteado solicitar un préstamo al Instituto de Crédito Oficial (ICO) de 90.000€, debido a las siguientes razones:

- La inversión inicial la hemos valorado en 68.170€.
- Queremos disponer de un colchón con el dinero restante, es decir de 21.830€ para posibles imprevistos.

Nos hemos decantado por solicitar un préstamo ICO para empresas y emprendedores, ya que ofrece grandes ventajas.

Las condiciones de este préstamo son las siguientes:

- **Importe máximo por cliente:** hasta 10 millones de euros, en una o varias operaciones.
- **Conceptos financiables:**
 - Liquidez
 - Inversiones dentro del territorio nacional:
 - √ Activos fijos productivos nuevos o de segunda mano (IVA incluido).
 - √ Vehículos turismos, cuyo importe no supere los 30.000 euros más IVA.
 - √ Adquisición de empresas.
 - √ Liquidez con el límite del 50% de la financiación obtenida para esta modalidad de inversión.
 - √ Rehabilitación de viviendas y edificios.
- **Modalidad:** préstamo/leasing para inversión y préstamo para liquidez.

- **Tipo de interés:** fijo o variable, más el margen establecido por la Entidad de Crédito según el plazo de amortización. Para operaciones a plazo: tipo de interés Fijo o Variable (EURIBOR 6 meses), más diferencial, más un margen máximo para el cliente en torno el 2,00%.
- **Plazo de amortización y carencia:**
 - Si se financia 100% liquidez: 1, 2 y 3 años con la posibilidad de 1 año de carencia.
 - Si se financia inversión: 1, 2, 3, 5, 7, 10, 12, 15 y 20 años con hasta 2 años de carencia.
- **Comisiones:** la Entidad de Crédito no puede cobrar comisión, salvo por amortización anticipada.
- **Garantías:** a determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación salvo aval de SGR/SAECA.
- **Bonificaciones:** Consultar condiciones acuerdo ICO-IGAPE.
- **Vigencia:** se podrán formalizar préstamos al amparo de esta Línea hasta el día 15 de diciembre de 2014.

Si optamos por amortizar el préstamo en 10 años sin periodo de carencia, mediante el método francés (cuota constante), y tipo de interés fijo que estará en torno al 3%, ya que el Euribor a 6 meses presenta un valor de 0,387% y deberemos añadirle el diferencial y el margen establecido por la entidad de crédito, y el cuadro de amortización presenta una cuota anual de 10.550,75€. El cuadro completo de amortización se encuentra en el anexo 4.

7.2. Balance de situación

El balance de situación es un documento que forma parte de las Cuentas Anuales de la empresa y está compuesto por el activo, el pasivo y el patrimonio neto de la misma, al cierre del ejercicio, es decir a 31 de diciembre.

En la siguiente tabla mostramos el balance para los tres primeros años de funcionamiento de “uVe eLe eco”.

- ◆ El **activo** comprende tanto el inmovilizado material como el inmaterial, así como la tesorería, alcanzando una cifra el primer año de 68.572,48€, 79.188,51€ el segundo año y el tercer año de 102.512,62€.
- ◆ El **patrimonio neto** está compuesto por el capital social y los resultados de ejercicio, en el primer año es de -13.576,78€ debido a que el resultado del ejercicio es negativo, mientras que en el segundo y tercer año son positivos con valores de 14.476,68€ y 47.929,40€ respectivamente.
- ◆ El **pasivo** lo conforma las deudas a terceros como con la Administración Pública, para esta última únicamente los dos últimos años, dado que en primer año al no tener resultados positivos no se pagarán impuestos. Por tanto, las cifras del pasivo para cada uno de los tres primeros años de ejercicio son 82.149,25€, 64.711,84€ y 54.583,22€.

Tabla 13. Balance de situación

ACTIVO			
	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVO NO CORRENTE	55.849 €	43.328 €	30.807 €
Terreno	2.700 €	2.700 €	2.700 €
Edificio	50.000 €	50.000 €	50.000 €
Maquinaria	5.945 €	5.945 €	5.945 €
Material tienda	300 €	300 €	300 €
Mobiliario	2.500 €	2.500 €	2.500 €
Utileaje	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Furgoneta	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Equipo informático	1.200 €	1.200 €	1.200 €
Aire acondicionado	160 €	160 €	160 €
Marca y nombre comercial	165 €	165 €	165 €
Aplicaciones informáticas	400 €	400 €	400 €
Amortización acumulada	-12.521 €	-25.042 €	-37.563 €
ACTIVO CORRIENTE	12.723 €	54.563 €	94.007 €
Existencias	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tesorería	12.723,48 €	54.562,81 €	94.007,44 €
TOTAL	68.572,48 €	97.890,81 €	124.814,44 €
PN Y PASIVO			
	Año 1	Año 2	Año 3
PATRIMONIO NETO	-13.576,78 €	14.476,68 €	47.929,40 €
Capital	4.200,00 €	4.200,00 €	4.200,00 €
Resultado ejercicio anterior	0,00 €	-17.776,78 €	10.276,68 €
Resultado del ejercicio	-17.776,78 €	28.053,45 €	33.452,73 €
PASIVO	82.149,25 €	83.414,14 €	76.885,04 €
PASIVO NO CORRIENTE	74.062,99 €	65.734,13 €	57.155,41 €
Deudas a l/p entid. crédito	74.062,99 €	65.734,13 €	57.155,41 €
PASIVO CORRIENTE	8.086,27 €	17.680,01 €	19.729,63 €
Deudas a c/p entid. Crédito	8.086,27 €	8.328,86 €	8.578,72 €
Deudadas con Adm. Públicas	0,00 €	9.351,15 €	11.150,91 €
TOTAL	68.572,48 €	97.890,81 €	124.814,44 €

Fuente: Elaboración propia

7.3. Cuenta de resultados

Para el estudio tanto de los ingresos como de los gastos en los que incurriremos durante los tres primeros años, los supondremos en base a un escenario realista.

◆ PREVISIÓN DE INGRESOS

Los ingresos de la empresa provienen de dos grandes áreas de negocio como ya hemos ido comentado durante todo el proyecto, para realizar los cálculos tenemos que resaltar que la demanda de los huertos consideramos que es estacional, siendo por tanto superior en los meses cálidos (mayo, junio, julio, agosto septiembre y octubre) y prácticamente la mitad en los meses fríos (enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre). El total de ingresos asciende a 89.745,60€ el primer año, 138.112,50€ el segundo y 163.012,80€ el tercero.

Comentar que el área de producción obtiene unos ingresos algo mayores que el área de ventas. En el anexo 5 se desglosan las tablas de ingresos para cada uno de los años con mayor detalle.

- **Área de producción**

Con esta área de negocio obtenemos unos ingresos de 54.958,20€ el primer año, el segundo 73.168,50€ y el tercero 84.807,60€. Estos ingresos los detallamos a continuación.

- Ocupación de los huertos y riego por goteo (obligatorio):

Tabla 14. Ocupación de los huertos y riego por goteo

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	35%	50%	60%
Meses cálidos	65%	75%	85%

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos generados el primer año son 35.040€, el segundo año 43.800€ y el tercer año 50.808€.

- Servicios prestados:

Los valores que mostramos a continuación se aplicarán sobre los porcentajes de ocupación expuestos en la tabla anterior (ocupación de los huertos).

→ Apoyo en el mantenimiento

Tabla 15. Contratación de apoyo en el mantenimiento

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	50%	60%	60%
Meses cálidos	70%	80%	80%

Fuente: Elaboración propia

No prevemos cambios en la prestación de este servicio para el año 3 con respecto al año dos, debido a que pensamos que la gran mayoría de nuestros clientes ya dispondrán de conocimientos y por tanto no recurrirán tanto a este servicio, sólo los nuevos arrendatarios.

Los ingresos en el año 1 son de 7.030,80€, en el año 2 de 10.044€ y en el año 3 de 11.606,40€.

→ Siembra, mantenimiento y recogida

Tabla 16. Contratación de siembra, mantenimiento y recogida

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	20%	25%	30%
Meses cálidos	30%	35%	40%

Fuente: Elaboración propia

Este servicio será menos demandado, ya que es más caro y los clientes no realizarían la actividad y función principal que sería el cultivo de sus propias cosechas que es lo que queremos transmitir.

Con estos valores, los ingresos para el primer año son de 6.137,40€, 8.974,50€ el segundo año y el tercer año de 12.043,20€.

- Cursos: la tabla refleja las personas mínimas que deben inscribirse para que se realice el curso.

Tabla 17. Miembros mínimos para los cursos formativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	5	8	8
Meses cálidos	10	15	15

Fuente: Elaboración propia

En los meses fríos consideramos que habrá menos demanda por lo que propondremos un curso al mes, mientras que para los meses cálidos se realizarán dos cursos al mes, por lo tanto los ingresos obtenidos en el año 1 son 6.750€, en el año 2 y 3 son de 10.350€ cada uno.

- **Área de ventas**

A través de esta segunda área de negocio, los ingresos generados el primer año serán de 34.787,40€, 64.944€ el segundo año y 78.205,20€ el tercero. Estos ingresos los detallaremos a continuación, suponiendo que la tienda se abre una media de 25 días al mes:

- Venta de verduras y hortalizas: la tabla refleja el número medio de personas mensuales para los meses fríos y cálidos, así como el gasto promedio que gastarán en cada compra.

Tabla 18. Venta de verduras y hortalizas

	Año 1	Año 2	Año 3	Gasto medio
Meses fríos	6	11	13	10,50€
Meses cálidos	8	17	21	15€

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos previstos para el primer año son de 27.450€, 55.575€ para el segundo y 67.725€ para el tercero.

- Venta de cestas: suponemos que venderemos 3 cestas al mes, tanto pequeñas como grandes, el primer año, 5 el segundo año y 6 el tercero, obteniendo unos ingresos de 1.400,40€ el primer año, 2.334€ el segundo y 2.800,80€ el tercero.
- Mercaditos: Los ingresos obtenidos por ir a mercaditos los obtendremos yendo a estos un mes sí y otro no, ya que en un principio no dispondremos de suficiente personal para cubrir la tienda y el mercadito, excepto los meses de junio, julio y diciembre al ser fechas con más afluencia de gente, en los que realizaremos dos mercaditos. De todos modos conforme vaya pasando el tiempo y vayamos adquiriendo experiencia, podremos ir a más mercaditos y además saber en cuáles tenemos más clientes, por lo que nos será más rentable. En estos mercaditos esperamos obtener al menos 150€ cada jornada, por lo tanto los ingresos serán de 1.500€ cada uno de los tres primeros años.
- Bolsas ecológicas: Las bolsas ecológicas de tela se venderán en la primera compra por 1€, pudiendo los clientes reutilizarlas en sus próximas compras, de no ser así deberán volver a comprarla. De este modo

tratamos de concienciar a la gente con el reciclaje para que sean más cuidadosos y responsables.

En la siguiente tabla mostraremos las personas que adquirirán la bolsa, teniendo en cuenta que ya habrá gente que la tenga de una compra anterior.

Tabla 19. Venta de bolsas ecológicas

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	3	4	4
Meses cálidos	5	6	6

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos del primer año alcanzan los 1.200€ y el segundo y tercer año 1.500€.

- Compost: Durante el periodo de obras (6 meses), una vez extraídos los melocotoneros podemos ir haciendo compost con ellos, además de otros restos de materiales de los que dispongamos. Podremos disponer de compost para vender en unos 5 meses. Una vez obtenido el primer compost, el proceso será más rápido. El compost se vendrá en las cantidades que los clientes deseen, la tabla muestra una estimación de los kilos que venderemos.

Tabla 20. Venta de compost

	Año 1	Año 2	Año 3
Meses fríos	20	25	30
Meses cálidos	35	40	45

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos de este producto en el primer año son de 165€, 195€ el segundo año y 225€ el último.

- Semillas y plantel: suponemos que el 50% de las personas arrendadas lo comprarán y que se gastarán en torno a los 8€, quedando unos ingresos de 3.072€ el primer año, el segundo de 3.840€ y 4.454,40€ el tercero.

◆ PREVISIÓN DE GASTOS

Los gastos en los que incurre nuestra empresa son comunes para ambas áreas de negocio. Los gastos del primer año ascienden a 107.522,38€, 105.636,85€ el segundo año y 122.852,94€ el tercero.

Los hemos subdividido en diez partidas que describiremos a continuación; en el anexo 6 se muestra la tabla más detallada de estos gastos.

- **Suministros:** El gasto de suministros engloba la luz, teléfono e internet y el agua. La luz supondrá un coste mensual de 120€, donde el mayor gasto tendrá su origen en tienda y almacén. El agua tendrá un coste de 40€ mensuales al tratarse de un servicio necesario para el cultivo e intentaremos no malgastarlo; y en cuanto al teléfono e internet la factura ascenderá a 30€ mensuales, ya que contrataremos una compañía que se ajuste a nuestro presupuesto ya que no haremos mucho uso de ésta.
- **Sueldos y salarios:** Al encontrarnos en nuestros primeros años de vida y contar con 10 empleados para poder realizar con éxito la actividad, el sueldo será el SMI los dos primeros años, incrementándose éste un 20% en el tercer año. Hemos considerado esta cuantía justa, dado que el trabajo no es excesivamente cualificado. El total de esta partida supone un coste de 68.197,95€ los dos primeros años y 81.837,54€ el tercero.
 - Las socias fundadoras, es decir, nosotras trabajaremos la jornada completa incluso haremos horas extra si es necesario aunque estas no nos sean remuneradas. El coste para el primer y segundo año asciende a 18.068,40€ y 21.682,08€ para el tercero.
 - Los trabajadores de la tienda tendrán una jornada de 6 horas, uno de 9h a 14h y el otro de 13.30 a 20.30. El coste que supondrán será de 13.551,30€ los dos primeros años y de 16.261,56€ el último.
 - El empleado de almacén trabajará 4 horas, ya que consideramos que serán las horas necesarias para acondicionar el local y el cumplimiento de sus otras tareas. El coste de este empleado durante el primer y segundo año será de 4.517,10€, mientras que para el tercero será de 5.420,52€.
 - Los dos trabajadores de apoyo al servicio de alquiler de parcelas, trabajarán 5 horas cada uno, uno de 10h a 15h y otro de 15h a 20h. Alcanzando un coste de 11.292,75€ los primeros dos años y 13.551,30€ el tercero.

- Los empleados que se encargarán de producir las verduras y hortalizas que venderemos en la tienda, trabajarán la jornada completa en dos turnos, con un horario flexible, en cuanto que pueden decidir cuándo acudir cada uno de ellos. Estos agricultores nos supondrán el mismo coste que el de las socias fundadoras, ya que trabajan las mismas horas.
- La persona contratada para realizar cursos formativos, se le pagará por servicio prestado, suponiendo que el curso dure una media de 10h y que la hora se la pagaremos a 15€ los dos primeros años y a 18 el tercero.
- **Seguridad social:** el gasto correspondiente a esta partida supondrá alrededor del 28% del importe total de sueldos y salarios, por lo que los dos primeros años alcanza un valor de 19.095,43€ y 22.914,51€ el tercero.
- **Marketing:** Los gastos de marketing se dividen como ya explicamos en la política de comunicación en la página web, que supone un coste de 48€ anuales, los folletos, 90€ anuales, y además destinaremos unos 400€ para realizar otras acciones que veamos necesarias a lo largo del año, como pueda ser asistir a ferias. Supone un coste total de 538€ cada uno de los tres años.
- **Gasolina:** Supondremos un gasto de 45€ mensuales, por lo que el coste total asciende a 540€ cada uno de los años.
- **Semillas y compost:** Las semillas, al igual que el compost, las adquiriremos sólo durante los tres primeros meses, en los que las obras estén en proceso pero ya podamos empezar a cultivar. Nos gastaremos una media de 300€ al mes en semillas y 200 en compost, lo que supondrá un coste total de 900€ y 600€ respectivamente.
- **Plantas repelentes:** será un gasto único de 150€ ya que consideramos que perdurarán al menos durante los tres primeros años del ejercicio.
- **Amortización:** esta será del 20% de todas las partidas amortizables, es decir 12.521€ cada uno de los tres años.
- **Préstamo:** los intereses del préstamo ascienden a 2.700€ el primer año, 2.464,48€ el segundo año y 2.221,89€ el tercero.

◆ CUENTA DE RESULTADOS

Teniendo en cuenta los ingresos y gastos anteriormente citados hemos elaborado la cuenta de resultados para cada uno de los tres primeros años de ejercicio.

Tabla 21. Cuenta de resultados

PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%
OPERACIONES CONTINUADAS						
Importe neto de la cifra de negocio	89.745,60	100,00%	138.112,50	100,00%	163.012,80	100,00%
Ventas	34.787,40	38,76%	64.944,00	47,02%	78.205,20	47,97%
Prestaciones de servicios	54.958,20	61,24%	73.168,50	52,98%	84.807,60	52,03%
Aprovisionamientos	2.190,00	2,44%	540,00	0,39%	540,00	0,33%
Consumo de MP y otras materias	2.190,00	2,44%	540,00	0,39%	540,00	0,33%
MARGEN BRUTO	87.555,60	97,56%	137.572,50	99,61%	162.472,80	99,67%
Gastos de personal	87.293,38	97,27%	87.293,38	63,20%	104.752,05	64,26%
Sueldos, salarios y asimilados	68.197,95	75,99%	68.197,95	49,38%	81.837,54	50,20%
Cargas sociales	19.095,43	21,28%	19.095,43	13,83%	22.914,51	14,06%
Otros gastos de explotación	2.818,00	3,14%	2.818,00	2,04%	2.818,00	1,73%
Servicios exteriores	2.818,00	3,14%	2.818,00	2,04%	2.818,00	1,73%
Amortización del inmovilizado	12.521,00	13,95%	12.521,00	9,07%	12.521,00	7,68%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	-15.076,78	-16,80%	34.940,12	25,30%	42.381,75	26,00%
Gastos financieros	2.700,00	3,01%	2.464,48	1,78%	2.221,89	1,36%
Por deudas con terceros	2.700,00	3,01%	2.464,48	1,78%	2.221,89	1,36%
RESULTADO FINANCIERO	2.700,00	3,01%	2.464,48	1,78%	2.221,89	1,36%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-17.776,78	-19,81%	37.404,60	27,08%	44.603,64	27,36%
Impuestos sobre beneficios (25%)	0,00	0,00%	9.351,15	6,77%	11.150,91	6,84%
RESULTADO DEL EJERCICIO	-17.776,78	-19,81%	28.053,45	20,31%	33.452,73	20,52%

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, destacar que la empresa comienza a obtener beneficios en el segundo ejercicio suponiendo este beneficio un 20% de los ingresos, logrando un gran cambio para la empresa dado que el año anterior sufrió pérdidas. Como podemos observar el tercer año también se obtienen beneficios, aunque son muy parejos a los del segundo año.

En segundo lugar resaltar que nuestro margen bruto es muy elevado, lo que nos indica que tenemos una estructura rígida y con el paso de los años, dicha rigidez se va incrementando.

El gasto de personal es elevadísimo durante el primer año pero la evolución es positiva, ya que para el segundo y tercer año va disminuyendo, por lo que deducimos que año tras año gestionamos mejor nuestro gasto de personal.

Con respecto a las amortizaciones, observamos que cada año representan un porcentaje menor sobre las ventas, por lo que no se realiza ninguna política de inversión.

Así mismo, la carga financiera también va disminuyendo con el paso de los años, llegando a suponer para el tercer año únicamente el 1,36% de las ventas.

Por último en cuanto al resultado del ejercicio, decir que el último año ha mejorado mucho con respecto al primero, dado que comenzamos obteniendo pérdidas. Esto fue causa debido a los costes elevados con respecto a las ventas obtenidas, lo que hacía tener una estructura poco sostenible, pero esta mejora se ha logrado ya que, ha habido un incremento mayor de ventas que de gastos, provocando el llamado apalancamiento operativo.

7.4. Análisis económico-financiero

Para realizar el análisis económico-financiero de “uVe eLe eco”, hemos optado por analizar los siguientes ratios que nos indicará el estado de la empresa así como la viabilidad del proyecto.

Tabla 22. Ratios

RATIOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ratio de liquidez	1,57	3,09	4,76
Fondo de maniobra	4.637,21€	36.882,81€	74.277,81€
Ratio de endeudamiento	-6,05	5,76	1,60
Margen de beneficio	-20%	27%	27%
Ratio de solvencia	0,83	1,17	1,62
Rentabilidad económica	-26%	38%	36%
Rentabilidad financiera	131%	194%	70%
Rentabilidad sobre ventas	-20%	20%	21%
Punto de equilibrio	110.211,80 €	106.051,50 €	123.261,26 €

Fuente: Elaboración propia

- ◆ **Ratio de liquidez:** como podemos observar, los tres años analizados el resultado es mayor que 1, por lo que hay más activo corriente que pasivo corriente y en principio se podrá hacer frente a corto plazo a las obligaciones de pago.
- ◆ **Fondo de maniobra:** nos indica que tenemos una buena situación de liquidez, ya que al ser positivo y en una cuantía suficiente (cada año mucho mayor), la empresa dispone de un margen de seguridad.
- ◆ **Ratio de endeudamiento:** este ratio pretende medir la intensidad de la deuda comparada con los fondos de financiación propios y de ella deducir el grado de influencia de los terceros en el funcionamiento y equilibrio financiero de la empresa, cuanto menor es el ratio más autónoma es la empresa. Los valores óptimos oscilan entre el 0,7 y el 1,5, por lo que como podemos observar a excepción del tercer año, la empresa no alcanza dichos valores por lo que podemos decir que no es autónoma pero tiende a serlo.

- ◆ **Margen de beneficio:** el primer año es negativo, dado que tenemos pérdidas, pero a partir del segundo año se considera un buen margen ya que alcanza el 27% de las ventas.
- ◆ **Ratio de solvencia:** año a año se va alcanzando el valor óptimo que es el superior a 1,5, ya que mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago.
- ◆ **Rentabilidad económica:** este ratio mide cuántos euros gana la empresa por cada euro que tiene. El primer año es negativa, ya que el resultado es negativo pero a partir del segundo muestra valores muy positivos del 38% y 36% respectivamente.
- ◆ **Rentabilidad financiera:** nos indica la ganancia relativa de los socios como suministradores de recursos financieros, como vemos es muy elevada aunque va disminuyendo con el tiempo.
- ◆ **Rentabilidad sobre ventas:** Como hemos comentado anteriormente el primer año es negativo al no obtener beneficios, mientras que los dos años siguientes se ve incrementada, pasando del -20% al 21%.
- ◆ **Punto de equilibrio:** este indicador muestra la ventas necesarias para comenzar a obtener beneficios; para el primer año se estima de 110.211,8€, 106.051,5€ el segundo año y 123.261,26€ el tercero.

Para analizar la inversión estudiaremos la rentabilidad de la inversión mediante dos métodos dinámicos: el VAN y el TIR.

Tabla 23. VAN y TIR

VAN Y TIR

AÑO	CONCEPTO	FC
0	PAGO INV	-68.170,00 €
1	FC1	-5.255,78 €
2	FC2	40.574,45 €
3	FC3	45.973,73 €
Tasa actualización		3,00%
VAN		6.839,89 €
TIR		6,93%

Fuente: Elaboración propia

- ◆ **VAN:** procedimiento por el cual se mide la rentabilidad neta del total del proyecto. Se considera adecuada si es mayor que 0. Como podemos observar nuestro VAN alcanza un valor de 6.839,89€ por lo que diríamos que la inversión es rentable.
- ◆ **TIR:** procedimiento por el cual se mide la rentabilidad bruta por unidad monetaria comprometida en el proyecto. Dicha rentabilidad la compararemos con el coste de financiación que hemos utilizado para la inversión. Por tanto, si la TIR es mayor a 0 y mayor que el coste de la financiación, consideraremos aceptable llevar a cabo la inversión. En nuestro caso la TIR es de 6,93%, superior a 0 y al 3% que supone el coste de financiación, por lo que sí llevaríamos a cabo la inversión.

8. CONCLUSIONES

Este plan de negocio, se ha realizado con el fin de estudiar la viabilidad de creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario, centrándonos en especial en la aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano.

Recalcaremos punto a punto las conclusiones a las que hemos llegado para determinar si finalmente el proyecto resulta viable.

Tras estudiar el análisis estratégico, es decir, tanto el entorno externo como interno, podemos decir que el sector agroalimentario ofrece una oportunidad de negocio, dado que tanto la economía, las nuevas tecnologías, así como los cambios en los estilos de vida favorecen a ello. Así mismo, al ser una ideología en auge, huertos urbanos y alimentos ecológicos, encontramos competencia en el sector, así como futuros competidores y diferentes productos sustitutivos como son los huertos en balcones, los huertos verticales, o los tan conocidos huertos de cultivo y las grandes superficies de venta de alimentos.

El análisis DAFO nos ha ayudado a valorar nuestras fortalezas y debilidades para poder así explotarlas y combatirlas, respectivamente. Tras este análisis nos diferenciamos al disponer de un equipo multidisciplinar, abordando todas las áreas para que el negocio sea exitoso; nos encontramos en Valencia que, como bien es sabido, el clima nos será más favorable frente a otras provincias; y lo más importante para nosotros, en nuestra idea de negocio, que es realizar una actividad recreativa, saludable y terapéutica, favoreciendo el consumo responsable y al mismo tiempo protegiendo el medio ambiente.

En cuanto a los aspectos jurídicos, tuvimos que valorar el amplio abanico de opciones que se nos presentaban, decantándonos finalmente por crear una Sociedad Limitada de Nueva Empresa, dado que se ajustaba más a nuestras necesidades y nos ofrecía más ventajas tanto legales como fiscales.

En el plan de marketing fue muy importante establecer tanto la misión como la visión de nuestra empresa, dado todo tendría que tener relación con esta. Además diseñamos la imagen corporativa que casara con el nombre de la empresa y con nuestros principios, siendo siempre visual para los clientes. Finalmente, el marketing mix por el que nos decantamos, consiste en:

- Fijar precios, al menos en un principio, similares a los de la competencia, además de crear cestas de productos.
- Venta directa desde el huerto urbano, para que los clientes puedan conocer de dónde proceden y cómo se han cultivado, sabiendo que todos los cultivos se realizan de forma sostenible, tradicional y respetuosa con el medio ambiente.
- Trataremos de abordar todo tipo de comunicación, es decir, comunicación corporativa y externa, marketing directo, indirecto, experiencial y relacional, durante los primeros años de funcionamiento para lograr darnos a conocer y alcanzar una cartera de clientes frecuente.
- La distribución se realizará desde la tienda física, como hemos dicho anteriormente, o a través de los mercaditos de alimentos.

Analizando el plan de operaciones podemos enumerar los principales procesos que se realizarán para llevar a cabo la actividad empresarial, en los que podemos encontrar la recolecta de las verduras y hortalizas, su limpieza y colocación en cestas, venta, pago y por último la entrega. Así mismo en este apartado, realizamos un estudio exhaustivo de la localización idónea para nuestra empresa, escogiendo finalmente una parcela situada en la población de Algemesí, con una superficie de 1,35 hectáreas.

Tras conocer el terreno disponible, nos dispusimos a realizar la mejor distribución en planta posible, en la que consideramos necesario construir una tienda, un parking y un almacén, ocupando 1.050 metros cuadrados, dividiendo el restante en terreno cultivable tanto nuestro propio cultivo, como para el arrendamiento de las distintas parcelas.

La empresa dispone de un organigrama simple, en el que se debe destacar las tres grandes áreas de negocio, que son el área de producción, área de marketing y área de ventas. Tras analizar los puestos de trabajo requeridos, coincidimos en contratar a 10 empleados, incluyéndonos nosotras mismas (2 socias fundadoras), para cubrir cada uno de los puestos.

Por último, nos queda comentar el plan económico y financiero. La liquidez que disponemos es buena para los tres años analizados, por lo que en principio no tendremos problemas para hacer frente a las obligaciones de pago, además observando el fondo de maniobra, deducimos que la empresa dispone de un margen de seguridad. La empresa está más endeudada que capitalizada, aunque a partir del tercer año, la tendencia es a ser cada vez más autónoma. En cuanto a la rentabilidad económica, como es de esperar, el primer año es negativa, pero a partir del segundo alcanzamos valores muy positivos.

Observando nuestro VAN, con un valor de 6.839,89€, vemos que la inversión es rentable, dado que se considera adecuada si es mayor que 0 y el TIR también nos muestra que sí deberíamos llevar a cabo la inversión, ya que este es superior a 0 y al coste de financiación.

Por todo esto, estamos en posición de afirmar que nuestro futuro negocio, “uVe eLe eco”, es un proyecto viable y se podría proceder a su creación y puesta en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

AMAT, J. ,1992. Contabilidad de costes. Barcelona: Gestió 2000.

AMAT, O. ,2004. Análisis económico financiero. Barcelona: Gestió 2000.

ARROYO, A. ,1996. Dirección financiera. Bilbao: Deusto.

BATALLER, J., PLAZA, J., & ALCOVER, C. ,2004. Curso práctico de derecho de la empresa. Madrid: Marcial Pons.

BUENO CAMPOS, E. (2007). Economía de la empresa: análisis de las decisiones empresariales. Editorial Pirámide.

COHEN, WILLIAM A. ,2002. El plan de marketing: procedimiento, formularios, estrategia y técnica. Ediciones Deusto.

GERRY JOHNSON; KEVAN SCHOLLES; RICHARD WHITTINGTON, 2006. Dirección Estratégica. Pearson Education (Séptima edición).

GIMENO ULLASTRES, JUAN A. GONZALEZ RABANAL, CONCEPCIÓN. RUIZ-HUERTA CARBONELL, JESÚS ,2000. Introducción a la economía. Macroeconomía. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.

GRANT, RM. ,2006. Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Thompson-Civitas.

JULIÁ, J.F. ,2002. Contabilidad Financiera. Introducción a la contabilidad. Editorial de la UPV. SPUPV-963.

MARÍ VIDAL, S. MATEOS RONCO, A. POLO GARRIDO, F. SEGUÍ MAS, E. 2003. Análisis económico-financiero: supuestos prácticos. Editorial de la UPV. Ref.: 2003.4002.

OLTRA CLIMENT, F. ,2006 Dirección de recursos humanos. Editorial de la UPV. Ref.: 2006.845.

PINDYCK, R.S., RUBINFELD, D.L. (2009). Microeconomía. Editorial Pearson.

CONSULTAS ELECTRÓNICAS

Activación Empresarial, calendario de siembra cultivo y recolecta, Documento online:

Disponible en: <https://activacionempresarial.gobex.es>

Agroterra, Documento online:

Disponible en: <http://www.agroterra.com>

Biolandia, tiendas ecológicas en la Comunidad Valenciana, Documento online:

Disponible en: <http://www.blog.biolandia.es>

Boletín Oficial del Estado, controles sanitarios, Documento online:

Disponible en: <https://www.boe.es>

CAECV, Documento online:

Disponible en: <http://www.caecv.com>

CIRCE, procedimiento constitución, Documento online:

Disponible en: <http://portal.circe.es>

Confederación española de cooperativas de consumidores y usuarios, Documento online:

Disponible en: <http://www.hispacoop.es>

Diario 20minutos, noticias, Documento online:

Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2070766/0/>

Diario Oficial de la Comunidad Valenciana, Documento online:

Disponible en: <http://www.docv.gva.es>

El Huerto Urbano, Documento online:

Disponible en: <http://www.elhuertourbano.net>

Grupo ànec, Medio Ambiente, Cultura y Deporte, huertos urbanos sostenibles, Documento online:

Disponible en: <http://grupoanec.com>

Huertalis, Documento online:

Disponible en: <http://www.huertalis.es>

Huerto City, Documento online:

Disponible en: <http://www.huertocity.com/>

Huertos de ocio, consulta de precios, Documento online:

Disponible en: <http://www.huertosdeocio.com>

Huertos urbanos UPV, Documento online:

Disponible en: <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/801823normalc.html>

Ipyme, formas jurídicas, Documento online:

Disponible en: <http://www.ipyme.org>

Junta de Andalucía, ejemplo creación huerto ecológico, PDF:

Disponible en:

http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/comun/galerias/galeriaDescargas/cap/produccion-ecologica/huertos_sociales-WEB.pdf

Mil anuncios, búsqueda de terrenos y utillaje, Documento online:

Disponible en: <http://www.milanuncios.com>

Ministerio de Economía y Competitividad, leyes de comercio, Documento online:

Disponible en: <http://www.comercio.gob.es>

Ministerio de Industria, Tecnología y Turismo, factores tecnológicos en el sector agroalimentario, PDF:

Disponible en:

<http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/342/4AngelDelpino.pdf>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Documento online:

Disponible en: <http://www.empleo.gob.es>

Plantelia, Documento online:

Disponible en: <http://www.plantelia.com>

Solucionesong, trámites huerto urbano, Documento online:

Disponible en: <http://www.solucionesong.org>

Twenergy, huertos verticales, Documento online:

Disponible en: <http://twenergy.com>

Wikipedia, Documento online:

Disponible en: <http://es.wikipedia.org>

ANEXOS

ANEXO 1. METODOLOGÍA. TRABAJO DE CAMPO. ENTREVISTA

Entrevista a María Teresa Ramos Onetti, miembro de la Red Sostenible y Creativa, donde uno de sus proyectos más destacables es el huerto urbano en la terraza de Radio City

1. ¿Cómo decidisteis crear un huerto urbano?

¿qué te inspiró a participar?

A los años de formar parte de la Red Sostenible y Creativa comenzó el proyecto, dado que empezó el auge de huertos alrededor de la ciudad y en otros países hacerlos en la terraza estaba de moda.

Siempre me ha gustado el tema y no he tenido familia en el área que pudiera ayudarme y creo que la agricultura es un tema de referencia para Valencia y quiero luchar para que se conserve.



2. ¿Cómo escogiste la ubicación idónea?

Era el espacio disponible que tenía la Red y para un comienzo, los 150m² que disponemos, así como su ubicación céntrica, creando un espacio verde en el centro de la ciudad, hacen del espacio idóneo ya que las personas que quieran participar en el proyecto puedan acceder a él sin ningún problema.

3. ¿Cuánta gente (empleados) hay trabajando aquí?

No tenemos gente empleada, ya que todos los que participamos somos voluntarios. Empezamos siendo muchos participantes, un par con mucha experiencia que guiaba al resto, pero por motivos personales ahora mismo somos alrededor de cinco personas.

4. ¿Cuál es tu cargo o responsabilidad dentro del proyecto?

Yo soy la coordinadora por ser la más antigua y la que mantiene siempre la energía positiva, pero nadie es más que el resto en este proyecto por tanto el resto de compañeros como yo, colaboramos y participamos en todo lo que podemos, haciendo palets y macetas, yendo a regar, promocionar el huerto, etc.



5. ¿Cuánto tiempo le dedicas?

Suelo venir tres veces a la semana, aunque en verano, con el buen tiempo, voy todas las veces que pueda.

6. ¿A quién os dirigís?

Puede participar quien quiera pero siempre adaptándose al acceso al huerto, toda la gente que ha participado en el

proyecto ha sido muy variada, ya que hemos tenido gente joven, mayor, tanto chicos como chicas y con profesiones muy distintas.

7. ¿Qué clase de clientes suelen venir aquí?

En un principio no tenemos un fin lucrativo, dado que nuestra capacidad no nos permite producir suficiente cantidad como para venderá, lo que hacemos con las verduras y hortalizas que obtenemos son comidas en las que participamos todos o nos las llevamos a casa para consumo propio.

8. ¿Os publicitáis de alguna forma?

Si, a través de las redes sociales pero sobre todo por el boca a boca y publicamos una revista sobre toda la Red al menos dos veces al año

9. ¿Qué soléis cultivar?

Cultivamos las verduras y hortalizas de temporada y de todas aquellas que conseguimos semillas, así como plantas aromáticas y algunos árboles frutales no muy grandes. Hemos llegado a tener tomates, alcachofas, un girasol, berenjenas, pimientos, lechugas, etc. Además tratamos de fabricar nuestro propio sustrato y de elaborar algunos planteles.

10. ¿Habéis conseguido alguna subvención?

No, no recibimos ningún tipo de subvención, el proyecto se mantiene gracias a las aportaciones de los propios voluntarios, así como de las donaciones recibidas.

Además muy de vez en cuando conseguimos realizar cursos, sobretodo orientado a niños, para orientarles hacia la agricultura y la vida saludable.

11. ¿Qué cosas positivas sacas de este proyecto?

Es muy enriquecedor a nivel personal, me mantiene activa, conozco a gente muy interesante y aprendo de forma directa sobre el cultivo, alimentación, variedad de planta, etc, es decir, cosas muy interesantes.



ANEXO 2. COMPETIDORES DEL SECTOR

◆ Huertos urbanos.

ALBAL (Comarca L'Horta Sud)



Denominación: Huertos de ocio
Extensión total: 2.050 m²
Año de inicio: 2009
Distancia al núcleo urbano: 1 y 2 Km.
Número de parcelas: 10
Parcela tipo: 200 m²
Horario: Libre
Cerramiento: Total mediante valla metálica
Ubicación: Polígono 1 del término municipal de Albal y Polígono 12 del término de Beniparrell
Accesibilidad para minusválidos: No

ALDAIA (Comarca L'Horta Oest)



Denominación: Huertos de autoconsumo y huertos de ocio para jubilados
Extensión total: 8.740 m² + 900 m²
Año de inicio: 2003
Distancia al núcleo urbano: 0 m
Número de parcelas: 42 para autoconsumo y 20 parcelas para jubilados
Parcela tipo: 50 m²
Horario: Libre
Cerramiento: Parcial
Ubicación: Polígono 14
Accesibilidad para minusválidos: No

ALFARA DEL PATRIARCA (Comarca L'Horta Nord)



Denominación: Huertos de ocio
Extensión total: 3.600 m²
Año de inicio: 2012
Distancia al núcleo urbano: 1.100 metros
Número de parcelas: 23
Parcela tipo: 100 m²
Horario: Libre
Cerramiento: No
Ubicación: Polígono 4
Accesibilidad para minusválidos: No

ALMUSSAFES (Comarca La Ribera Baixa)



Denominación: Huertos ecológicos y de ocio
Extensión total: 3.733 m²
Año de inicio: 2012
Distancia al núcleo urbano: 500 metros
Número de parcelas: 24
Parcela tipo: 150 m²
Horario: Libre
Cerramiento: No
Ubicación: Polígono 14
Accesibilidad para minusválidos: No

ARAS DE LOS OLMOS (Comarca Los Serranos)



Denominación: Huertos tapiados
Extensión total: 701 m²
Año de inicio: 2011
Distancia al núcleo urbano: 0 metros
Número de parcelas: 2
Dimensión de las parcelas: 258 y 443 m²
Horario: Libre
Cerramiento: Total (tapiado)

Ubicación: Polígono 7

Accesibilidad para minusválidos: No

BELLREGUARD (Comarca La Safor)



Denominación: Huertos de ocio ecológicos
“Hortets de Belló”

Extensión total: 3.200 m²

Año de inicio: 2011

Distancia al núcleo urbano: Colindante

Número de parcelas: 18 para adjudicación pública y 3 para uso del ayuntamiento

Parcela tipo: 100 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Nueva zona de la unidad 2

Accesibilidad para minusválidos: Si

BENIRREDRÀ (Comarca La Safor)



Denominación: Huertos sociales y ecológicos

Extensión total: 992 m²

Año de inicio: 2013

Distancia al núcleo urbano: Colindante

Número de parcelas: 12 personas individuales, 2 para asociaciones y 1 para uso municipal

Parcela tipo: 45 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Polígono 1

Accesibilidad para minusválidos: Si

BOCAIRENT (Comarca La Vall d'Albaida)



Denominación: Huertos

Extensión total: 47.540 m²

Año de inicio: 2012

Distancia al núcleo urbano: 0 metros

Número de parcelas: 7, de las cuales 5 son de secano y 2 de regadío

Superficie de secano: 46.675 m²

Superficie de regadío: 865 m²

Horario: Libre

Cerramiento: No

Ubicación: Entorno del barrio medieval

Accesibilidad para minusválidos: No

BURJASSOT (Comarca L'Horta Nord)



Denominación: Huertos sociales

Extensión total: 4.400 m²

Año de inicio: 2012

Distancia al núcleo urbano: 0 m

Número de parcelas: 49

Parcela tipo: Dimensión media: 45 m²

Horario: Libre

Cerramiento: Parcial

Ubicación: C/ Mariano Benlliure 41 y 43

Accesibilidad para minusválidos: Si

EL PUIG DE SANTA MARÍA (Comarca L'Horta Nord)



Denominación: Huertos sociales del Puig de Santa María

Extensión total: 2.838 m²

Año de inicio: 2013

Distancia al núcleo urbano: 500 m

Número de parcelas: 40

Parcela tipo: 40 m² y 50 m²

Horario: Libre

Cerramiento: Parcial

Ubicación: Polígono 17 – Partida de Almenares

Accesibilidad para minusválidos: Si

GANDÍA (Comarca La Safor)



Denominación: Huertos sociales ecológicos

Extensión total: 10.718 m²

Año de inicio: 2011

Distancia al núcleo urbano: Colindante

Número de parcelas: 82

Parcela tipo: 87 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Polígonos 8 y 15

Accesibilidad para minusválidos: No

GODELLA (Comarca L' Horta Nord)



Denominación: Huertos de ocio
Extensión total: 10.455 m²
Año de inicio: 2010
Distancia al núcleo urbano: 0 m
Número de parcelas: 150
Parcela tipo: 50 m²
Horario: Libre
Cerramiento: Parcial
Ubicación: Polígono 9
Accesibilidad para minusválidos: No

L'ALCÚDIA (Comarca La Ribera Alta)



Denominación: Huertos de ocio
Extensión total: 1.482 m²
Año de inicio: 2006
Distancia al núcleo urbano: 200 metros
Número de parcelas: 9
Parcela tipo: 100 m²
Horario: Libre, disponen de llaves de acceso
Cerramiento: Total mediante valla metálica
Ubicación: Polígono 6
Accesibilidad para minusválidos: No

L'ELIANA (Comarca El Camp de Túria)



Denominación: Huertos de ocio "Hort de les Taules"
Extensión total: 416 m²
Año de inicio: 2012
Distancia al núcleo urbano: 0 m
Número de parcelas: 10
Parcela tipo: 35 m²
Horario: Limitado

Cerramiento: Total

Ubicación: Jardín Municipal Hort de les Taules sito en Av. Germanías s/n

Accesibilidad para minusválidos: Si

MANUEL (Comarca La Ribera Alta)



Denominación: Huertos ecológicos

Extensión total: 4.750 m²

Año de inicio: 2012

Distancia al núcleo urbano: 400 metros

Número de parcelas: 1

Horario: Libre

Cerramiento: No

Ubicación: Finca La Serreta

Accesibilidad para minusválidos: No

MASSAMAGRELL (Comarca L'Horta Nord)



Denominación: Huertos de ocio

Extensión total: 2.250 m²

Año de inicio: 2008

Distancia al núcleo urbano: 0 m

Número de parcelas: 31

Parcela tipo: 42 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Polígono 4

Accesibilidad para minusválidos: Si

ONTINYENT (Comarca La Vall d'Albaida)



Denominación: Huerto Social “El Raboser”

Extensión total: 1.160 m²

Año de inicio: 2011

Distancia al núcleo urbano: 0 m

Número de parcelas: 6

Parcela tipo: 48 m²

Horario: Libre

Cerramiento: No existe

Ubicación: Polígono 16

Accesibilidad para minusválidos: No

PUÇOL (Comarca L’Horta Nord)



Denominación: Huertos de ocio

Extensión total: 2.000 m²

Año de inicio: 2012

Distancia al núcleo urbano: 2.500 metros

Número de parcelas: 21

Parcela tipo: 32 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Paraje Natural de La Costera

Accesibilidad para minusválidos: No

ROCAFORT (Comarca L’Horta Nord)



Denominación: Huertos de ocio

Extensión total: 2.209 m²

Año de inicio: 2013

Distancia al núcleo urbano: 200 m

Número de parcelas: 16

Parcela tipo: 45 m²

Horario: Libre, disponen de llaves de acceso

Cerramiento: Total mediante valla metálica

Ubicación: Polígono 5	
Accesibilidad para minusválidos: Si	
SAGUNT (Comarca El Camp de Morvedre)	
	Denominación: Huertos de ocio Extensión total: 26.594 m2 Año de inicio: 2010 Distancia al núcleo urbano: 2.000 m Número de parcelas: 140 Parcela tipo: 90 m2 Horario: Libre, disponen de llaves de acceso Cerramiento: Total mediante valla metálica Ubicación: Polígono 88 – Macrosector VII Accesibilidad para minusválidos: Si
VALENCIA	
	Denominación: Huertos urbanos de “Sociópolis” Extensión total: 3.311 m2 Año de inicio: 2012 Distancia al núcleo urbano: 0 metros Número de parcelas: 32 Parcela tipo: 60 – 90 m2 Horario: Parcial. L a V: 9 a 13h y 16 a 20h Cerramiento: Total mediante valla metálica Ubicación: Parque de La Torre Accesibilidad para minusválidos: No
XÀTIVA (Comarca La Costera)	

	<p>Denominación: Huertos sociales “La Vila”</p> <p>Extensión total: 14.992 m2</p> <p>Año de inicio: 2013</p> <p>Distancia al núcleo urbano: 0 metros</p> <p>Número de parcelas: 7</p> <p>Horario: Libre</p> <p>Cerramiento: No</p> <p>Ubicación: Polígono 44</p> <p>Accesibilidad para minusválidos: No</p>
---	--

◆ Tiendas de alimentos ecológicos.

Solanum. Aliments ecològics	
	<p>C/ Peris Brell nº 45, 46022 Valencia Tlf: 96 372 58 95 www.solanumalimentosecologicos.es</p>
SolCasaverda	
	<p>Parque Mestre Ferrero Nº 4, 46870 Ontiyent Tlf: 962 383 791 www.casaverda.es</p>
Granja la Peira	
	<p>46450 Benifaió Valencia Tlf: 961 794 256 www.lapeira.org</p>
L'Hortolà	
	<p>Avda. Hispanitat, 1. 46600 Alzira. Tlf: 962 40 55 80</p>

Natural	
	Angel Guimerá, 16. 46008 Valencia. Tlf: 963 84 34 41 e-mail: natural@biomercado.org www.biomercado.org
Terra Verda	
	Supermercados ecológicos. Ver franquicias en www.terraverda.com
Herbolario Navarro	
	Alimentos ecológicos. Arzobispo Mayoral, 20. Valencia. Tlf: 963 52 28 51 www.herbolariomayoral.es
Espigol	
	Plz. Maestro Ginés, 5. 46900 Torrente (Valencia). Tlf: 961 56 28 95
Anís Verde	
	Torrente, 4. 46014 Valencia. Tlf: 963 57 51 98
Azahar	

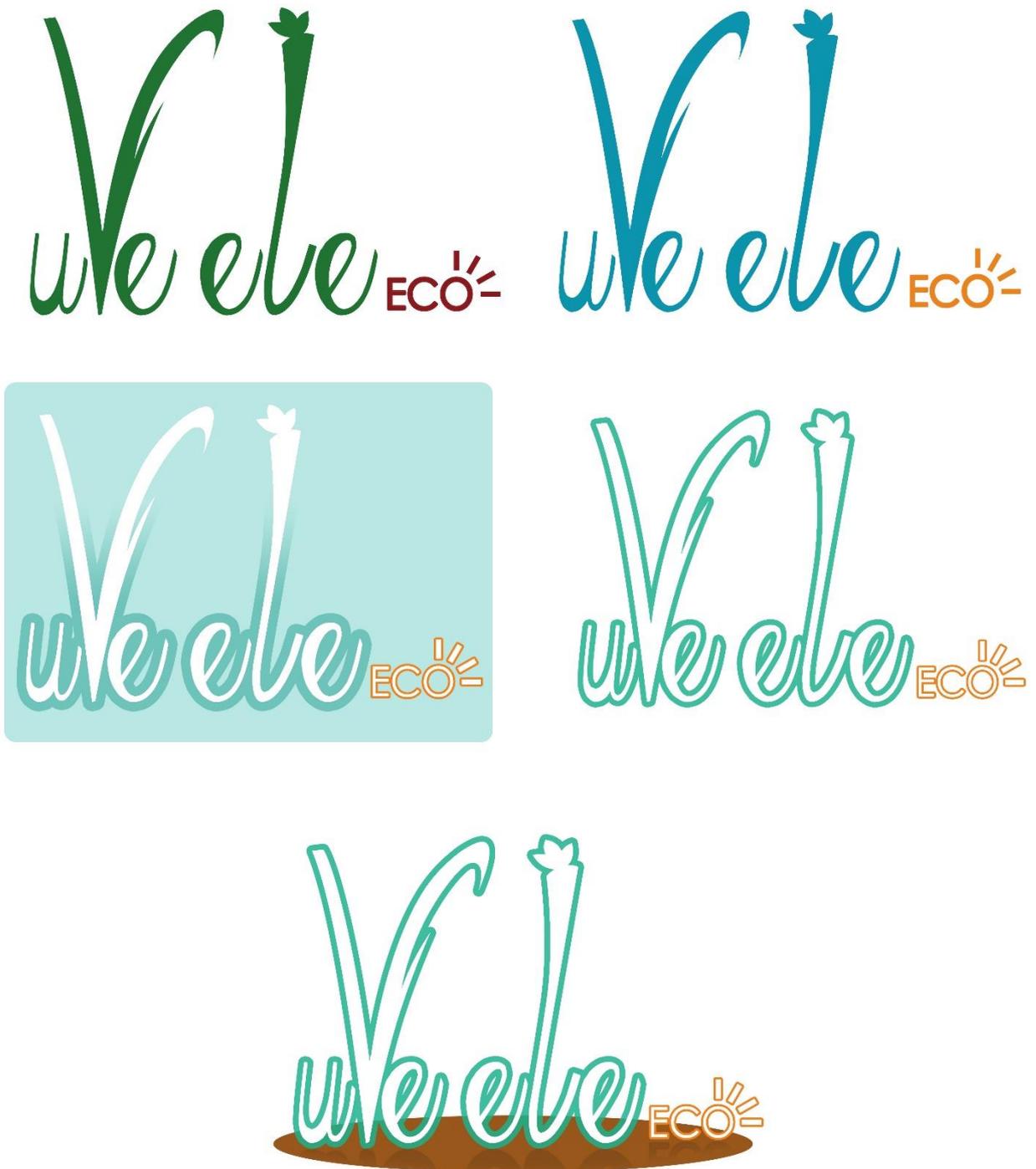


HERBOLARIO AZAHAR
TIENDA ONLINE

San Juan Bosco, 48. 46019 Valencia.
Tlf: 963 65 36 86

ANEXO 3. IMAGEN CORPORATIVA. LOGOS

El resto de logos que barajamos para nuestra empresa son los siguientes. Todo creado por el diseñador Miguel Ángel Moreno.



ANEXO 2. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN. INVERSIÓN. RECURSOS AJENOS. CUADRO DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CUOTA	INTERESES	CAPITAL AMORTIZADO	AMORTIZACIÓN ACUMULADA	CAPITAL PENDIENTE
0					90.000,00 €
1	10.550,75 €	2.700,00 €	7.850,75 €	7.850,75 €	82.149,25 €
2	10.550,75 €	2.464,48 €	8.086,27 €	15.937,01 €	74.062,99 €
3	10.550,75 €	2.221,89 €	8.328,86 €	24.265,87 €	65.734,13 €
4	10.550,75 €	1.972,02 €	8.578,72 €	32.844,59 €	57.155,41 €
5	10.550,75 €	1.714,66 €	8.836,08 €	41.680,67 €	48.319,33 €
6	10.550,75 €	1.449,58 €	9.101,17 €	50.781,84 €	39.218,16 €
7	10.550,75 €	1.176,54 €	9.374,20 €	60.156,04 €	29.843,96 €
8	10.550,75 €	895,32 €	9.655,43 €	69.811,47 €	20.188,53 €
9	10.550,75 €	605,66 €	9.945,09 €	79.756,56 €	10.243,44 €
10	10.550,75 €	307,30 €	10.243,44 €	90.000,00 €	0,00 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 5. CUENTA DE RESULTADOS. PREVISIÓN DE INGRESOS

	Precios	INGRESOS AÑO 1												TOTAL
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
ÁREA DE PRODUCCIÓN													54.958,20 €	
Alquiler													26.880,00 €	
25m	25,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	650,00 €	650,00 €	650,00 €	650,00 €	650,00 €	650,00 €	350,00 €	350,00 €	6.000,00 €
50m	30,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	630,00 €	630,00 €	10.800,00 €
100m	60,00 €	588,00 €	588,00 €	588,00 €	588,00 €	1.092,00 €	1.092,00 €	1.092,00 €	1.092,00 €	1.092,00 €	1.092,00 €	588,00 €	588,00 €	10.080,00 €
Riego goteo													8.160,00 €	
25m	5,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	130,00 €	130,00 €	130,00 €	130,00 €	130,00 €	130,00 €	70,00 €	70,00 €	1.200,00 €
50m	10,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	390,00 €	390,00 €	390,00 €	390,00 €	390,00 €	390,00 €	210,00 €	210,00 €	3.600,00 €
100m	20,00 €	196,00 €	196,00 €	196,00 €	196,00 €	364,00 €	364,00 €	364,00 €	364,00 €	364,00 €	364,00 €	196,00 €	196,00 €	3.360,00 €
Apoyo mantenimiento													7.030,80 €	
25m	10,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	70,00 €	182,00 €	182,00 €	182,00 €	182,00 €	182,00 €	182,00 €	70,00 €	70,00 €	1.512,00 €
50m	15,00 €	157,50 €	157,50 €	157,50 €	157,50 €	409,50 €	409,50 €	409,50 €	409,50 €	409,50 €	409,50 €	157,50 €	157,50 €	3.402,00 €
100m	20,00 €	98,00 €	98,00 €	98,00 €	98,00 €	254,80 €	254,80 €	254,80 €	254,80 €	254,80 €	254,80 €	98,00 €	98,00 €	2.116,80 €
Siembra, mant. recog.													6.137,40 €	
25m	20,00 €	56,00 €	56,00 €	56,00 €	56,00 €	156,00 €	156,00 €	156,00 €	156,00 €	156,00 €	156,00 €	56,00 €	56,00 €	1.272,00 €
50m	30,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	351,00 €	351,00 €	351,00 €	351,00 €	351,00 €	351,00 €	126,00 €	126,00 €	2.862,00 €
100m	45,00 €	88,20 €	88,20 €	88,20 €	88,20 €	245,70 €	245,70 €	245,70 €	245,70 €	245,70 €	245,70 €	88,20 €	88,20 €	2.003,40 €
Cursos													6.750,00 €	
ÁREA DE VENTAS													34.787,40 €	
Verduras y hortalizas		1.575,00 €	1.575,00 €	1.575,00 €	1.575,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	1.575,00 €	1.575,00 €	27.450,00 €
Cestas														1.400,40 €
Pequeñas	16,95 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	50,85 €	610,20 €
Grandes	21,95 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	65,85 €	790,20 €

Creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario. Aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano.

Mercaditos			150,00 €		150,00 €		300,00 €	300,00 €		150,00 €		150,00 €	300,00 €	1.500,00 €
Bolsas ecológicas	1,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	75,00 €	75,00 €	1.200,00 €
Compost	0,50 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	10,00 €	10,00 €	165,00 €
Semillas y plantel	8,00 €	179,2	179,2	179,2	179,2	332,8	332,8	332,8	332,8	332,8	332,8	179,2	179,2	3.072,00 €

TOTAL INGRESOS **89.745,60 €**

Fuente: Elaboración propia

INGRESOS AÑO 2

	Precios	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Área de producción														
Alquiler														33.600,00 €
25m	25,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	500,00 €	500,00 €	7.500,00 €
50m	30,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	900,00 €	900,00 €	13.500,00 €
100m	60,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	840,00 €	840,00 €	12.600,00 €
Riego goteo														10.200,00 €
25m	5,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	100,00 €	100,00 €	1.500,00 €
50m	10,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	300,00 €	300,00 €	4.500,00 €
100m	20,00 €	280,00 €	280,00 €	280,00 €	280,00 €	420,00 €	420,00 €	420,00 €	420,00 €	420,00 €	420,00 €	280,00 €	280,00 €	4.200,00 €
Apoyo mantenimiento														10.044,00 €
25m	10,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	120,00 €	120,00 €	2.160,00 €
50m	15,00 €	270,00 €	270,00 €	270,00 €	270,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €	270,00 €	270,00 €	4.860,00 €
100m	20,00 €	168,00 €	168,00 €	168,00 €	168,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	168,00 €	168,00 €	3.024,00 €
Siembra, mant. recog.														8.974,50 €
25m	20,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	210,00 €	100,00 €	100,00 €	1.860,00 €
50m	30,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	225,00 €	472,50 €	472,50 €	472,50 €	472,50 €	472,50 €	472,50 €	225,00 €	225,00 €	4.185,00 €
100m	45,00 €	157,50 €	157,50 €	157,50 €	157,50 €	330,75 €	330,75 €	330,75 €	330,75 €	330,75 €	330,75 €	157,50 €	157,50 €	2.929,50 €

Creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario. Aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano.

Cursos	75,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	1.125,00 €	1.125,00 €	1.125,00 €	1.125,00 €	1.125,00 €	1.125,00 €	600,00 €	600,00 €	10.350,00 €
Área de ventas														64.944,00 €
Verduras y hortalizas		2.887,50 €	2.887,50 €	2.887,50 €	2.887,50 €	6.375,00 €	6.375,00 €	6.375,00 €	6.375,00 €	6.375,00 €	6.375,00 €	2.887,50 €	2.887,50 €	55.575,00 €
Cestas														2.334,00 €
Pequeñas	16,95 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	84,75 €	1.017,00 €
Grandes	21,95 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	109,75 €	1.317,00 €
Mercaditos			150,00 €		150,00 €		300,00 €	300,00 €		150,00 €		150,00 €	300,00 €	1.500,00 €
Bolsas ecológicas	1,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	100,00 €	100,00 €	1.500,00 €
Compost	0,50 €	12,50 €	12,50 €	12,50 €	12,50 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	12,50 €	12,50 €	195,00 €
Semillas y plantel	8,00 €	256	256	256	256	384	384	384	384	384	384	256	256	3.840,00 €
TOTAL INGRESOS														138.112,50 €

Fuente: Elaboración propia

	Precios	INGRESOS AÑO 3												TOTAL	
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Área de producción															84.807,60 €
Alquiler															38.976,00 €
25m	25,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	850,00 €	850,00 €	850,00 €	850,00 €	850,00 €	850,00 €	600,00 €	600,00 €	8.700,00 €	
50m	30,00 €	1.080,00 €	1.080,00 €	1.080,00 €	1.080,00 €	1.530,00 €	1.530,00 €	1.530,00 €	1.530,00 €	1.530,00 €	1.530,00 €	1.080,00 €	1.080,00 €	15.660,00 €	
100m	60,00 €	1.008,00 €	1.008,00 €	1.008,00 €	1.008,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.008,00 €	1.008,00 €	14.616,00 €	
Riego goteo															11.832,00 €
25m	5,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	170,00 €	170,00 €	170,00 €	170,00 €	170,00 €	170,00 €	120,00 €	120,00 €	1.740,00 €	
50m	10,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €	510,00 €	510,00 €	510,00 €	510,00 €	510,00 €	510,00 €	360,00 €	360,00 €	5.220,00 €	
100m	20,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	336,00 €	476,00 €	476,00 €	476,00 €	476,00 €	476,00 €	476,00 €	336,00 €	336,00 €	4.872,00 €	
Apoyo mantenimiento															11.606,40 €

Creación y puesta en marcha de una empresa del sector agroalimentario. Aplicación a una empresa de comercialización de alimentos producidos en el huerto urbano.

25m	10,00 €	144,00 €	144,00 €	144,00 €	144,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	144,00 €	144,00 €	2.496,00 €
50m	15,00 €	324,00 €	324,00 €	324,00 €	324,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	324,00 €	324,00 €	5.616,00 €
100m	20,00 €	201,60 €	201,60 €	201,60 €	201,60 €	380,80 €	380,80 €	380,80 €	380,80 €	380,80 €	380,80 €	201,60 €	201,60 €	3.494,40 €
Siembra, mant. recog.														12.043,20 €
25m	20,00 €	144,00 €	144,00 €	144,00 €	144,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	272,00 €	144,00 €	144,00 €	2.496,00 €
50m	30,00 €	324,00 €	324,00 €	324,00 €	324,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	612,00 €	324,00 €	324,00 €	5.616,00 €
100m	45,00 €	226,80 €	226,80 €	226,80 €	226,80 €	428,40 €	428,40 €	428,40 €	428,40 €	428,40 €	428,40 €	226,80 €	226,80 €	3.931,20 €
Cursos	75,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	1.125,00 €	600,00 €	600,00 €	10.350,00 €					
Área de ventas														78.205,20 €
Verduras y hortalizas		3.412,50 €	3.412,50 €	3.412,50 €	3.412,50 €	7.875,00 €	7.875,00 €	7.875,00 €	7.875,00 €	7.875,00 €	7.875,00 €	3.412,50 €	3.412,50 €	67.725,00 €
Cestas														2.800,80 €
Pequeñas	16,95 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	101,70 €	1.220,40 €
Grandes	21,95 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	131,70 €	1.580,40 €
Mercaditos			150,00 €		150,00 €		300,00 €	300,00 €		150,00 €		150,00 €	300,00 €	1.500,00 €
Bolsas ecológicas	1,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	100,00 €	100,00 €	1.500,00 €
Compost	0,50 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	22,50 €	22,50 €	22,50 €	22,50 €	22,50 €	22,50 €	15,00 €	15,00 €	225,00 €
Semillas y plantel	8,00 €	307,2	307,2	307,2	307,2	435,2	435,2	435,2	435,2	435,2	435,2	307,2	307,2	4.454,40 €
TOTAL INGRESOS														163.012,80 €

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 6. CUENTA DE RESULTADOS. PREVISIÓN DE GASTOS

GASTOS

	Mensual	AÑO 1 Anual	AÑO 2	AÑO 3
Suministros	190,00 €	2.280,00 €	2.280,00 €	2.280,00 €
Luz	120,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €
Agua	40,00 €	480,00 €	480,00 €	480,00 €
Teléfono e internet	30,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €
Sueldos y salarios	4.828,43 €	68.197,95 €	68.197,95 €	81.837,54 €
Socias	1.290,60 €	18.068,40 €	18.068,40 €	21.682,08 €
Alquiler y servicios	806,63 €	11.292,75 €	11.292,75 €	13.551,30 €
Cultivo propio	1.290,60 €	18.068,40 €	18.068,40 €	21.682,08 €
Acciones formativas	150,00 €	2.700,00 €	2.700,00 €	3.240,00 €
Tienda	967,95 €	13.551,30 €	13.551,30 €	16.261,56 €
Almacén	322,65 €	4.517,10 €	4.517,10 €	5.420,52 €
Seguridad Social	1.351,96 €	19.095,43 €	19.095,43 €	22.914,51 €
Marketing	44,83 €	538,00 €	538,00 €	538,00 €
Página web	4,00 €	48,00 €	48,00 €	48,00 €
Folletos	7,50 €	90,00 €	90,00 €	90,00 €
Otras acciones	33,33 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Gasolina	45,00 €	540,00 €	540,00 €	540,00 €
Semillas	300,00 €	900,00 €		
Compost	200,00 €	600,00 €		
Plantas repelentes	150,00 €	150,00 €		
Amortización		12.521,00 €	12.521,00 €	12.521,00 €
Intereses préstamo		2700,00	2.464,48 €	2.221,89 €
TOTAL GASTOS	7.110,22 €	107.522,38 €	105.636,85 €	122.852,94 €

Fuente: Elaboración propia