



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

**PLAN DE EMPRESA: EMPRESA DE ORGANIZACIÓN
DE EVENTOS**

TRABAJO FIN DE GRADO

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Alumna: Ana Marigil Jacobe

PLAN DE EMPRESA: EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Resumen del Trabajo

I.2. Objetivos

I.3. Metodología

II. IDENTIFICACION Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO

II.1. Descripción del negocio

II.2. Descripción de los promotores

II.3. Misión, visión del proyecto

III. ENTORNO MACROECONÓMICO

III.1. Factores políticos

III.2. Factores económicos

III.3. Factores sociales

III.4. Factores tecnológicos

III.5. Conclusiones

IV. ANALISIS DEL MICROENTORNO

IV.1. Situación actual y perspectivas del sector

IV.1.1. Clientes potenciales

IV.1.2. Competidores

IV.1.3. Proveedores

IV.2. Análisis DAFO

V. PLAN DE MARKETING

V.1. Objetivos del plan de Marketing

V.2. Fijación de la estrategia

V.3. Marketing-mix

V.3.1. Características del servicio

V.3.2. Estrategia de precio

V.3.3. Estrategia de distribución

V.3.4. Estrategia de comunicación

VI. ANALISIS TECNICO

VI.1. Localización

VI.2. Dimensión del negocio

VI.2.1. Obras necesarias

VI.2.2. Equipamiento

VI.2.3. Calendario de inversiones

VI.3. Organización y RRHH

VI.3.1. Organización: Socios

VI.3.2. Organigrama

VI.4. Aspectos formales

VI.4.1. Forma jurídica

VI.4.2. Proceso de constitución y puesta en marcha

VI.4.3. Responsabilidad profesional

VII. VIABILIDAD ECONOMICO-FINANCIERA

VII.1. Plan de Inversión-Financiación

VII.2. Previsión Ventas/Consumos

VII.3. Gastos de explotación

VII.4. Amortización

- VII.5 Previsión cuenta de resultados
- VII.6 Previsión del Balance de situación
- VII.7. Rentabilidad del proyecto
 - VII.7.1. Calculo del VAN
 - VII.7.2. Calculo del TIR

- VIII. CONCLUSIONES
- BIBLIOGRAFIA
- ANEXOS

Índice de gráficas

GRÁFICA 3.1.: Evolución de las cifras de paro 2006-2015

GRÁFICA 3.2.: Evolución cifras de paro durante los dos primeros trimestres de 2016

GRÁFICA 3.3.: Evolución del PIB 2007-2016

GRÁFICA 3.4.: Evolución demanda nacional y exterior 2007-2016

GRÁFICA 3.5.: Evolución IPC índice general y subyacente

GRÁFICA 3.6.: Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC

GRÁFICA 3.7.: Evolución de la población española 2007-2015

GRÁFICA 3.8.: Evolución de la inmigración procedente del extranjero 2008-2015

GRÁFICA 3.9.: Evolución de la emigración con destino al extranjero 2008-2015

GRÁFICA 3.10.: Evolución de las dificultades económicas de los hogares españoles

GRÁFICA 3.11.: Evolución del gasto en I+D

GRÁFICA 3.12.: Distribución del gasto en I+D por ramas de actividad

GRÁFICA 4.11.: Distribución del gasto en I+D por ramas de actividad

GRÁFICA 4.1.: Evolución bautizos C. Valenciana 2010-2015

GRÁFICA 4.2.: Evolución comuniones C. Valenciana 2009-2015

GRÁFICA 4.3.: Evolución matrimonios C. Valenciana 2010-2015

Índice de tablas

TABLA 3.1.: Comparación tasa de paro de España con otros países

TABLA 3.2.: Tasa de paro en España por sexo y edad

TABLA 3.3.: Evolución demanda nacional y exterior 2007-2016

TABLA 3.4.: Tasa variación interanual Oferta

TABLA 3.5.: Población en riesgo de pobreza por edad

TABLA 3.6.: Gastos internos totales en I+D

TABLA 4.1.: Evolución bautizos C. Valenciana 2010-2015

TABLA 4.2.: Evolución comuniones C. Valenciana 2009-2015

- TABLA 4.3.:** Evolución matrimonios C. Valenciana 2010-2015
- TABLA 5.1.:** Desglose de precios del servicio de catering
- TABLA 5.2.:** Desglose de precios del servicio de fotografía bodas
- TABLA 5.3.:** Desglose de precios del servicio de fotografía resto de eventos
- TABLA 5.4.:** Desglose de precios del servicio de decoración
- TABLA 5.5.:** Desglose de precios del servicio de animación
- TABLA 5.6.:** Desglose de precios del servicio de transporte
- TABLA 6.1.:** Calendario de inversiones
- TABLA 7.1.:** Inversiones necesarias
- TABLA 7.2.:** Financiación necesaria
- TABLA 7.3.:** Previsión ventas/consumos
- TABLA 7.4.:** Gastos de explotación estimados
- TABLA 7.5.:** Amortización
- TABLA 7.6.:** Previsión cuenta de resultados
- TABLA 7.7.:** Previsión del balance de situación
- TABLA 7.8.:** Flujos de tesorería
- TABLA 7.9.:** Flujos de caja

Índice de figuras

- FIGURA 3.1.:** Densidad de población por Comunidades Autónomas
- FIGURA 3.2.:** Densidad de población por Provincias

I. INTRODUCCIÓN

I.1 RESUMEN

El objetivo de este proyecto es analizar la viabilidad de la implantación de una empresa de planificación y organización de eventos teniendo como área de actuación la Comunidad Valenciana. El nombre comercial de esta empresa será "EVENTOX", y a través de esta y dependiendo de la clase de evento que el cliente demande, se desarrollaran las siguientes actividades:

- Asesoramiento integral de todo lo que el cliente necesita para la realización de su evento, ya se trate de un evento de carácter festivo o de carácter corporativo, siempre adaptado a lo que el cliente necesite, ofreciendo así un servicio totalmente personalizado.
- Contacto con los proveedores, seleccionados por los clientes en el catálogo para llevar a cabo el evento, así como negociación con los mismos sobre precios, plazos de entrega, calidad de los mismos.
- Contratación, seguimiento y control de todos los servicios demandados por el cliente. La empresa deberá asegurarse en todo momento que el evento está desarrollándose tal y como el cliente desea.
- Además de los eventos tradicionales que se suelen realizar por las empresas competidoras, como pueden ser bodas, bautizos, comuniones, congresos, presentaciones de productos... esta empresa emprenderá, como elemento diferenciador, nuevas actividades como son dinámicas de grupos entre trabajadores de empresas para mejorar las relaciones laborales de las mismas y la realización de eventos combinados con deportes de aventura.

Todo esto realizado por dos agentes dotados de enseñanza superior y con experiencia en este tipo de servicios.

La empresa se plantea, con una orientación hacia la estabilidad financiera. Así, la implantación como más adelante se verá, se financia íntegramente con fondos propios, sus gastos fijos son muy bajos y el único personal fijo son los socios, llevando el resto de costes a variables. Esta situación le otorga una gran flexibilidad frente a oscilaciones en la demanda.

Todo esto da la posibilidad a la empresa de elegir a los clientes, ya que al no tener cargas de personal, la necesidad de ventas es más reducida. Esta situación permitirá seleccionar sólo buenas operaciones.

La justificación por la cual se ha escogido este tipo de empresa radica en que se adentra en un mercado al que se podría denominar joven, formado mayoritariamente por empresas con pocos años de antigüedad, y formado también por empresas pequeñas. Ambas características suponen una oportunidad a la hora de poner la empresa en marcha.

Para desarrollar esta idea de negocio, se realizará el correspondiente proyecto que explicará todo los procedimientos a seguir, necesarios para convertirlo en una realidad y examinar la viabilidad del mismo.

I.2 OBJETIVOS

El objetivo principal buscado por este proyecto es analizar la viabilidad de implantar una empresa de planificación y organización de eventos en el área de actuación de la Comunidad Valenciana.

Para ello se realizará un plan de empresa en el que se desarrollará, en primer lugar, una descripción del negocio, así como de los promotores que van a formar parte del mismo y se determinará la misión y la visión del proyecto.

En segundo lugar se realizará un análisis del entorno macroeconómico, para ello se utilizará el modelo PEST, en el cual se describen los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean el contexto de la empresa.

En tercer lugar se examinará el microentorno, en el cual se analizará la situación actual y las perspectivas del sector mediante un profundo análisis de los clientes potenciales, los competidores y los proveedores. Además se realizará también un análisis DAFO, para determinar los factores internos que afectan a la empresa como son las fortalezas y debilidades, y también los factores externos llamados amenazas y oportunidades.

Por último para el análisis del microentorno, se realizará un plan de marketing, en el que aparecerán tanto los objetivos de ese plan como las estrategias para alcanzarlos y se determinará el marketing-mix, es decir las características del servicio, precio, distribución y comunicación.

En cuarto lugar se realizará un análisis técnico, en el cual se detallará la localización del negocio, así como las obras necesarias, equipamiento y un calendario con el tiempo y el dinero que supondrá cada una de las inversiones que se realicen. Además también se hará una descripción tanto de la organización como de los recursos humanos de la empresa, plasmando estos últimos con un organigrama. Por último, en este apartado, se detallará la fórmula jurídica escogida para este proyecto, así como todo el proceso

de constitución y puesta en marcha de la empresa y la responsabilidad profesional que este proyecto conlleva.

La última parte de este proyecto trata del análisis de la viabilidad económico-financiera. En este se realizará un plan de inversión-financiación, previsión de ventas, se definirán los gastos de explotación, la amortización, se realizarán previsiones tanto de la cuenta de resultados como del balance de la empresa, y se evaluará la rentabilidad del proyecto mediante los cálculos del VAN y el TIR.

I.3. METODOLOGÍA

Para la realización de este proyecto se han consultado numerosas fuentes de diversa índole, como son las que se detallan a continuación:

- La mayor parte del proyecto se ha realizado a través de consultas en páginas web, tanto económicas, como políticas y sociales. Todas ellas quedan detalladas en la bibliografía.
- Otra clase de páginas webs visitadas han sido periódicos. Para poder situar a la empresa en el entorno ha sido necesario consultar numerosos artículos de periódicos para poder llegar a definir el contexto en el que se encuentra la empresa.
- Se han consultado bases de datos como pueden ser el INE, el CIS o SABI, con tal de obtener información sobre estadísticas, características de la población...
- Para orientarse en el mercado, se han consultado las webs de los competidores potenciales, con el fin de ver cómo trabajan, que condiciones y precios tienen...
- También se han realizado consultas en libros utilizados durante el grado, con tal de definir bien las cuestiones más técnicas.
- Además, se ha contado con una consulta con un experto en la materia. Este lleva años trabajando para una empresa de características similares a EVENTOX y ha sido de gran ayuda para comprender el funcionamiento de este proyecto.

II. IDENTIFICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

II.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La empresa tiene como finalidad la planificación y organización de eventos festivos como bodas, bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños... así como de eventos corporativos como inauguraciones, convenciones, presentación de productos y marcas... en la Comunidad Valenciana.

Cuando se quiere realizar cualquier tipo de evento, la persona responsable debe dedicar una gran parte de su tiempo en buscar individualmente todo lo necesario para poder llevarlo a cabo, por ejemplo el servicio de catering, la decoración, el transporte, la animación... y la organización no sólo implica la búsqueda de todo lo necesario, sino también un seguimiento y control durante todo el proceso para que todo salga perfecto en ese día tan especial. Lo que la nueva empresa (EVENTOX) pretende es librar a sus clientes de la carga que supone la planificación y organización de este tipo de eventos, ofreciendo varias alternativas a cualquier cosa que el cliente demande para así adaptarnos perfectamente a sus necesidades de una forma cómoda, segura y sobretodo personalizada.

EVENTOX funcionaría de la siguiente forma: Cuando una persona física o una empresa se ponga en contacto con la empresa se le asigna uno de los agentes especializados encargado de hacer realidad todo lo que el cliente lleve en mente. Así este sólo debe transmitir su idea al agente y éste le ofrecerá todas las alternativas posibles para llevarlo a cabo así como todos los servicios y extras que se pueden añadir para hacerlo todavía más especial. El cliente, ciñéndose a su presupuesto y a sus necesidades elegirá la opción que más se adapte a él. Una vez decide como quiere realizar su evento, EVENTOX se encarga de toda la organización de éste, contratando todo lo que el cliente haya demandado e informándole en todo momento de cómo se va desarrollando.

A grandes rasgos la actividad de EVENTOX se puede dividir en 2 bloques que dependerán de la finalidad del evento que se quiera realizar:

1º La planificación y organización de eventos festivos como bodas, bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños así como cualquier tipo de celebración que desee el cliente. EVENTOX se encargará de adaptarse específicamente al tipo de público que asistirá a tal evento, ya sea infantil o adulto, y a todo lo que éste requiera para hacer de él algo único y especial.

2º La planificación de eventos corporativos como inauguraciones, convenciones, presentación de productos o marcas... adaptándose a la imagen y las necesidades de cualquier empresa que contacte con EVENTOX.

Así, uno de los aspectos más destacables de la empresa será la personalización, la capacidad de amoldarse a cualquiera de las exigencias que cada cliente requiera, por muy extrañas que sean. Se encargará de proporcionar información y asesorar a sus clientes, pero siempre serán ellos los que tomen la decisión final, haciendo que cada evento sea tal y como ellos hubieran imaginado.

A modo de ejemplo, una pareja que vaya a casarse puede ponerse en contacto con la empresa para la planificación y organización de su boda. Estos transmitirán la idea de su boda al agente encargado de este tipo de eventos, el cual comenzará a enseñarle las diferentes alternativas que tienen adaptándose a su idea. Así empezará el proceso de selección donde los clientes elegirán desde los aspectos más importantes como son el catering, floristería, decoración, fotografía... hasta extras más específicos como grupos de música, alquiler de coches, pirotecnia... y cualquier cosa que la pareja desee en ese día tan especial para ellos, todo ello adaptado al presupuesto que la pareja disponga. Una vez hayan elegido cada punto de entre todas las alternativas que se le ofrecen, el agente se encargará de llevarlo a cabo, siempre informando al cliente de cada paso completado y de las posibles irregularidades que puedan surgir, para que la pareja pueda estar tranquila de que su boda se está organizando debidamente y tal y como ellos desean. Con EVENTOX conseguirán obtener plena comodidad, seguridad y exclusividad a la hora de organizar su boda.

II.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROMOTORES

La empresa EVENTOX es una sociedad de responsabilidad limitada formada por dos socios con cierta experiencia en el sector de la planificación y organización de eventos.

En cuanto a la forma jurídica, como se acaba de decir se opta por la figura de sociedad de responsabilidad limitada. La justificación por la cual se elige esta forma jurídica en lugar de otras como el empresario individual reside en varias razones. La primera es que la responsabilidad ante terceros queda limitada al capital aportado, de modo que el patrimonio personal de los socios queda protegido. La segunda es que se reduce la carga fiscal, ya que el tope impositivo queda fijado por el impuesto de sociedades y hay más desgravaciones fiscales. La tercera es por razones de tamaño ya que al moverse en un sector de elevada concentración o en un futuro la empresa buscase trabajar para grandes compañías, se vería obligada a constituirse como sociedad mercantil, ya que las multinacionales sólo contratan a sociedades. La cuarta razón la encontramos en que si fuera necesario contratar empleados, como empresa, se tiene derecho a deducciones en el impuesto de sociedades. Otra importante razón, es la entrada a socios, puesto que esta empresa se va a constituir únicamente con 2 socios. Y por último, y una de las más importantes es la financiación, al constituir una empresa las entidades financieras otorgan créditos con mayor facilidad para financiar el capital circulante.

De estos dos socios tenemos por un lado al socio 1, emprendedor de este proyecto, el cual poseerá el 70% de las participaciones de la empresa. Por otro lado encontramos al socio 2 que poseerá el 30% restante.

El socio 1 será una persona con el grado en ADE por la Universidad Politécnica de Valencia. Su trayectoria en este sector comenzó en su empresa familiar (Salón de bodas) de 2010 a 2012 realizando en esta la administración de la misma como gestión de compras, relación con bancos, contabilidad...En 2012 deja la empresa familiar ya que le surge la oportunidad de trabajar en una empresa de organización de todo tipo de eventos festivos como ayudante de uno de los agentes de ventas de la misma. A principios de 2014 propone a la dirección la implantación de una nueva unidad de negocio consistente en dar servicio de eventos corporativos siendo ella la responsable de dicho departamento. En enero de 2016 debido a la jubilación del propietario y al no haber continuidad por parte de sus hijos el negocio cierra. Es en ese momento cuando este aprovecha su experiencia en el sector y decide emprender este proyecto. Para ello realiza antes unas jornadas de formación realizadas en un centro de formación postgrado correspondientes a promoción de nuevos negocios.

El socio 2 también está graduado en ADE por la Universidad Politécnica de Valencia, además cuenta con un máster en gestión de eventos cuyas prácticas fueron realizadas en la misma empresa de eventos donde trabajaba el socio 1. Este segundo socio cuenta un curriculum impecable obteniendo numerosas matrículas de honor en su carrera, además es una persona muy implicada en su trabajo dedicando más horas de las que le correspondían para lograr la plena satisfacción de sus superiores y clientes.

Ambos socios se conocieron, por tanto, en la empresa de eventos donde trabajaban y se decidieron a emprender este nuevo proyecto. Ambos tienen la formación suficiente para emprender un negocio de las características descritas y además cuentan con cierta experiencia en el sector.

II.3. MISIÓN Y VISIÓN DEL PROYECTO

La misión de EVENTOX es la de facilitar a los clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos, adaptándolos completamente a sus necesidades y a su presupuesto, otorgándoles comodidad y seguridad a la hora de realizar los mismos. Creando así, un evento personalizado y único para cada tipo de cliente.

La visión de EVENTOX es ser un referente en el ámbito de la organización de eventos en la Comunidad Valenciana, también se pretende a largo plazo ampliar tanto la zona geográfica de actuación como los servicios que ofrece la empresa, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura a cualquier tipo de público al que se dirija.

III. ENTONO MACROECONÓMICO

Este apartado tiene como objetivo clarificar el entorno en el que se encuentra la empresa a partir de la realización de un análisis de los principales factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos.

Para ello utilizaremos el modelo PEST, el cual se centra en analizar todos aquellos factores que forman el entorno en el cual se desarrollan las organizaciones, es decir, aquello que no dependa directamente de la empresa sino que está determinado por el contexto.

Este tipo de modelo tiene numerosas ventajas, como son la optimización de la toma de decisiones, ya que las características del entorno comercial son conocidas, esto ayuda a planificar mucho mejor y a reducir el impacto de los elementos adversos. Otra de las ventajas es que ayuda a la evaluación de riesgos, así sirve de mucho para empresas que se propongan entrar en nuevos mercados.... La tercera ventaja se trata de una mejor adaptabilidad ya que al examinar los factores que influyen en los niveles de oferta y demanda, las organizaciones pueden adoptar estrategias que les permitan amoldarse a los cambios y las tendencias de cada sector. La última ventaja del modelo es que es flexible y dinámico, el análisis puede adaptarse a las necesidades de cada caso.

El modelo PEST de análisis, plantea la división de los factores externos en 4 grupos principales:

- Políticos
- Económicos
- Sociales
- Tecnológicos

A continuación se analizarán con más detalle cada uno de ellos.

III.1. FACTORES POLÍTICOS

En este momento la situación política en Europa vive momentos inciertos pues por una parte tanto en España y en Grecia como en Alemania, Austria y Francia los partidos de corte extremista, tanto de extrema derecha como de extrema izquierda, han visto incrementado el número de votantes. Por otro lado, otro asunto de interés a nivel europeo es la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea. Ahora desglosaremos cada uno de estos factores.

En cuanto al incremento de los partidos de corte extremista, encontramos por un lado el caso de Grecia y España donde con motivo de la crisis económica y por lo tanto de la desesperanza de una parte importante de la población el mensaje populista de

izquierdas ha calado en el electorado. Ello ha provocado en España la aparición del partido PODEMOS y en Grecia el partido SYRIZA, entre sus propuestas están la implantación de la renta básica, realización de una banca pública, no pagar la deuda (la que consideren ilegítima), nacionalización de los sectores estratégicos, incremento del gasto público, derogación de la reforma laboral... como consecuencia de todas estas medidas, si estos partidos llegaran a conseguir el poder, para realizar esta clase de programa necesariamente se verían aumentados los impuestos, con los consecuentes efectos sobre el consumo.

Por otro lado, en cuanto a la extrema derecha, que la encontramos en países como Italia (Casa Pound), Alemania (AfD Alternativa para Alemania), Francia (Frente Nacional) Grecia (Amanecer Dorado)... encontramos que sus programas son antieuropeístas, xenófobos, contrarios a la libre circulación de personas, bienes y capitales, con aversión a todo lo que tenga que ver con el islam y el judaísmo. La ultraderechista del frente nacional de Marine le Pen fue votada el año pasado en Francia con 6.8 millones de votos, un ejemplo de las declaraciones de su líder es “no daría trabajo a un español, si puede hacerlo un francés”. En su discurso determina que la Unión Europea es un fracaso absoluto, así como la implantación del euro. En Grecia, mirándola desde el lado completamente opuesto al anterior, el partido neonazi amanecer dorado se ha consolidado como tercera fuerza política, pese a que su cúpula está en prisión preventiva desde septiembre de 2013 por los delitos de organización criminal y posesión de armas, su base ideológica es ultranacionalista, xenófoba, nativista, racista y autoritaria. Sus miembros reciben formación militar. Resulta preocupante que las estadísticas digan que entre el 40 y el 50% del cuerpo policial, vota a este partido. En cuanto a la extrema derecha italiana, esta está configurada por diversas organizaciones las cuales comparten fundamentalmente 3 ideas: euroescepticismo, salida de la moneda única y rechazo a la inmigración, las más importantes son Casa Pound y Fuerza Nueva. La primera es el movimiento que más ha visto incrementado el número de votantes en los últimos años, fundamentalmente en el norte y en el sur de Italia. Por su lado Fuerza Nueva se encuentra más a la extrema derecha, está considerado como nacionalista y neofascista. En relación con Alemania, el partido AfD, Alternativa para Alemania, es un partido populista, con connotaciones xenófobas cuya clave de éxito se fundamenta por su discurso contra la política de acogida de refugiados, utilizando expresiones claramente racistas, llegando a pedir el uso de armas de fuego contra la gente que intente entrar en el país.

Las consecuencias de esta situación descrita, debido a la incertidumbre que provocan, producen por una parte un sentimiento de inestabilidad de la Unión Europea, pues algunos de estos partidos son anti europeístas y por otra parte producen un estancamiento en la economía, pues como se ha dicho muchas veces “el dinero es muy miedoso” y los inversores, quedan a la espera de ver un cambio en el hacia el buen camino, es decir, impuestos bajos, libre circulación de personas, bienes y capitales, respeto a la propiedad privada, seguridad jurídica...cosa que como es sabido, no es lo que proponen este tipo de partidos, con lo cual ante este incierto porvenir se para la inversión, lo que conlleva a más paro y perjuicio de la economía.

Otros de los acontecimientos a tener en cuenta en la política europea es el referéndum sobre la permanencia del reino unido en la unión europea, también conocido como Brexit. Este se produjo el 21 de junio de 2016 y dio como resultado que el 51.9% de los votantes era partidario de la salida de Reino Unido de la Unión Europea, frente a un 48.1% partidario de permanecer. Fue promovido por, entre otros, Nigel Farage, político de extrema derecha con un fuerte discurso anti inmigración. Su partido UKIP obtenía en las elecciones de mayo de 2015, casi 4 millones de votos, con un programa que incluía liberar al reino unido del control de la UE y dejar fuera del servicio de salud a los extranjeros. Como consecuencia, podemos encontrar que las estrechas relaciones comerciales y financieras, se verán restringidas con el Brexit. Además se prevé según un estudio de la gestora BlackRock que la “City” podría perder más de 100000 empleos ya que el Brexit obligaría a muchas empresas a emplazarse en otras ciudades de la eurozona. Así mismo la gestora Deutsche Asset Management estima que el crecimiento británico para 2016 caerá del 2 al 1.5% y por su puesto hay que tener en cuenta también el efecto imitación que se puede producir en otros países donde se suscitan las mismas inquietudes. Por lo tanto esta situación supone sin duda alguna, una mayor debilidad de la UE para los próximos años.

Dado que nuestra empresa estará localizada en España, y a su vez, España está inmersa en la Unión Europea, no nos es ajeno la coyuntura antes descrita. España, como no puede ser de otra forma, tiene sus particularidades, una de ellas son los nacionalismos independentistas, otra no menos importante es la corrupción política, la cual se ha infiltrado en mayor o menor medida en todos los partidos. Así también se observa una fuerte crispación entre los partidos de diverso signo donde se observa que priman los intereses partidistas a los intereses de la nación. Como consecuencia de esto a fecha de hoy España lleva desde el 21/12/2016 sin formar gobierno.

Como conclusión al entorno político, puede concluirse que este caldo de cultivo hace que los inversores, que en definitiva son los que crean empleo, reduzcan su actividad con todo lo que ello conlleva, debido a la inestabilidad de los sistemas políticos.

III.2 FACTORES ECONÓMICOS

El país empieza a despegar muy lentamente, después de haber pasado por una crisis económica brutal producida principalmente por la burbuja del ladrillo, provocada por un exceso de crédito.

En estos momentos muchas empresas y particulares están depurando las deudas que contrajeron en el periodo de la burbuja, esto hace que empiece a haber dinero disponible para emplearlo en consumo, lo cual reactiva la economía, muy poco a poco, reduciendo así mismo también, el índice de paro. No obstante, como decía, el despegue está siendo muy lento, todavía quedan muchos particulares y empresas endeudados. En la medida en que se vayan cancelando los créditos (utilizados

principalmente en inversiones improductivas), empezará a haber dinero disponible y esperemos que esta vez, este sea mejor utilizado.

Por otra parte, el país debido a su exceso de gasto público provocado, entre otras cosas, por el elevado número de empleados públicos (en términos relativos, el doble que Alemania) y el exceso de deuda estatal, produce un consumo excesivo de la renta de las personas y las empresas, perjudicando con ello el ahorro y por tanto la inversión, esta situación parece ser que se va a mantener a largo plazo, siendo una carga importante para la actividad económica,

Por otra parte también, el país dispone de una juventud altamente cualificada, lo cual representa una fortaleza para poder darle un giro a la situación.

Así mismo también, motivado por el incremento de la esperanza de vida, la masa de población dependiente del estado (pensionistas), así como parados y gente que precisa de asistencia es muy elevada, este es un problema que se produce en todos los países del primer mundo. Por lo tanto se puede decir que el ratio de personas trabajando/personas cobrando, es al menos, susceptible de mejora.

Otra de las causas que produce deterioro en la economía es la burocracia, pues para poner en marcha cualquier tipo de negocio, hay un exceso de legislación a cumplir, en diferentes organismos.

III.2.1 Empleo

El año 2015 termina con 5.056.000 parados en España lo que supone un descenso de 554.400 parados respecto a 2014 el cual cerraba con unas cifras de paro de 5.610.400. En una serie temporal con los valores absolutos de parados en España podemos observar cómo la situación está mejorando sustancialmente desde el año 2013 en el cual se alcanzó el máximo histórico de parados con una cifra de 6.051.100.

En cuanto a la tasa de paro, podemos observar la misma evolución. En el año 2015 alcanza un valor de 22.06%, experimentando así, un descenso de un 2.38% respecto al año 2014 donde la tasa de paro se situaba en un 24.44%. Comparándolo con años anteriores se visualiza una mejora de la tasa de paro desde el año 2013 donde alcanzó su máximo histórico con un 26.09%. Estos datos han sido extraídos de la encuesta de población activa realizada por el Instituto Nacional de Estadística.

En la siguiente tabla observaremos el histórico de las cifras de paro desde el año 2006 hasta el 2015:

GRÁFICA 3.1.: Evolución de las cifras de paro 2006-2015

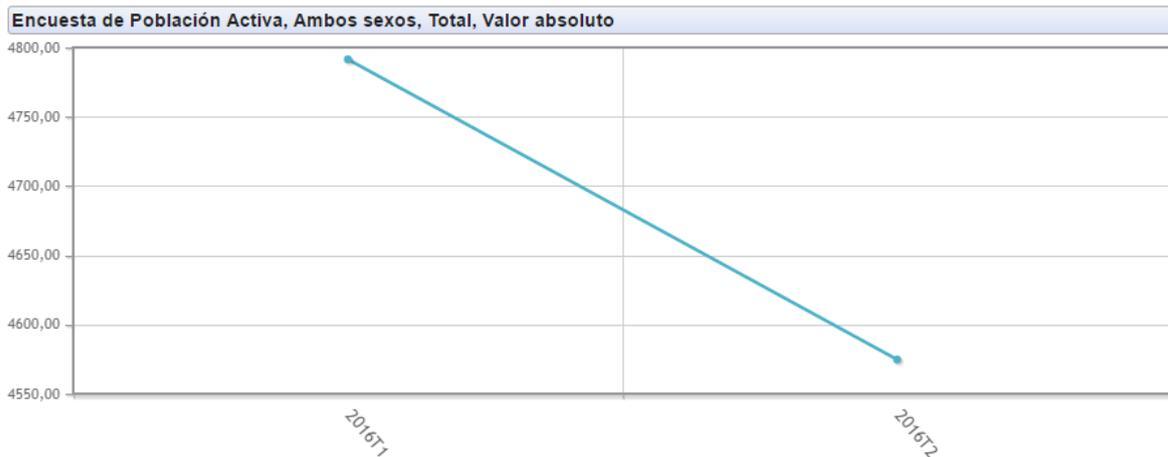


FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Analizando la serie temporal teniendo en cuenta el valor absoluto de parados desde el año 2006, podemos observar que a partir de dicho año el número de parados va en aumento. A partir de 2008, con el inicio de la crisis es cuando vemos un incremento más pronunciado de las cifras de paro, que continúan subiendo y subiendo hasta llegar a 2013, año donde alcanza su máximo histórico. Es a partir de aquí cuando se empieza a observar cierta recuperación económica puesto que en 2014 comienza a descender y continúa así durante 2015.

A continuación, en la siguiente tabla se muestra cómo va desarrollándose la cifra de paro en 2016:

GRÁFICA 3.2.: Evolución cifras de paro durante los dos primeros trimestres de 2016



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Para 2016 la recuperación económica sigue estando latente, pues como observamos en la tabla anterior, para el primer trimestre del año el paro es de 4.791.400, teniendo así un descenso en esta cifra de 264.600 parados respecto a 2015, que cerró con una cifra de 5.056.000. Además observamos que esta mejora continua durante el año pues del primer trimestre del 2016 al segundo trimestre del mismo año la cifra se reduce en 216700 parados dejando al segundo trimestre con 4.574.700 parados en España. Estos datos han sido extraídos de la encuesta de población activa realizada por el Instituto Nacional de Estadística.

En el anexo 1 mostraremos una tabla en la cual aparece la tasa de paro de España comparada con la de otros países. Además también muestra la variación que ha experimentado respecto al año anterior.

En este anexo podemos observar que la tasa de paro de España frente a otros países es desorbitadamente alta. Solo es superada por países como Grecia, el cual está pasando por problemas económicos similares a los de España en los últimos años. Con estos datos podemos decir que independientemente de la mejora interna que está teniendo España, todavía es una economía débil respecto a los demás países.

A continuación mostramos la tabla con el desglose de la tasa de paro en España tanto por sexo como por grupos de edad de la población:

TABLA 3.2.: Tasa de paro en España por sexo y edad

España: Paro		
	2015	2014
Paro	20,8%	23,6%
Paro hombres	19,3%	22,7%
Paro mujeres	22,4%	24,6%
Paro menores de 25	46,3%	51,6%
Paro hombres menores de 25 años	45,5%	51,8%
Paro mujeres menores de 25	47,3%	51,4%
Paro de 25 años o más	19,0%	21,5%
Paro hombres de 25 años o más	17,4%	20,6%
Paro mujeres de 25 años o más	20,7%	22,6%

FUENTE: datosmacro.com

En esta tabla podemos observar que el paro es sustancialmente más alto para el grupo de menores de 25 años de edad, teniendo una tasa de 46.3%, respecto al grupo de 25 años o más el cual tiene una tasa de 19%. Además, cabe destacar, que tanto en la tasa de paro total como en la desglosada por edades, la tasa de paro de mujeres es más alta que la de los hombres. Así en España abundan los parados menores de 25 años y todavía más si se considera solo al género femenino.

En conclusión podemos decir que estas cifras de paro denotan cierta recuperación económica pues llevan descendiendo año tras año desde el año 2013 donde se alcanzó el máximo histórico de parados en España. No obstante, esto es una recuperación sólo considerando a España, ya que cuando comparamos la tasa de paro de esta con otros países observamos que es desorbitadamente alta, lo que indica que todavía queda un gran camino a recorrer para la recuperación absoluta. En cuanto a las características de los parados españoles podemos decir que son sobretodo menores de 25 años y más pertenecientes al género femenino.

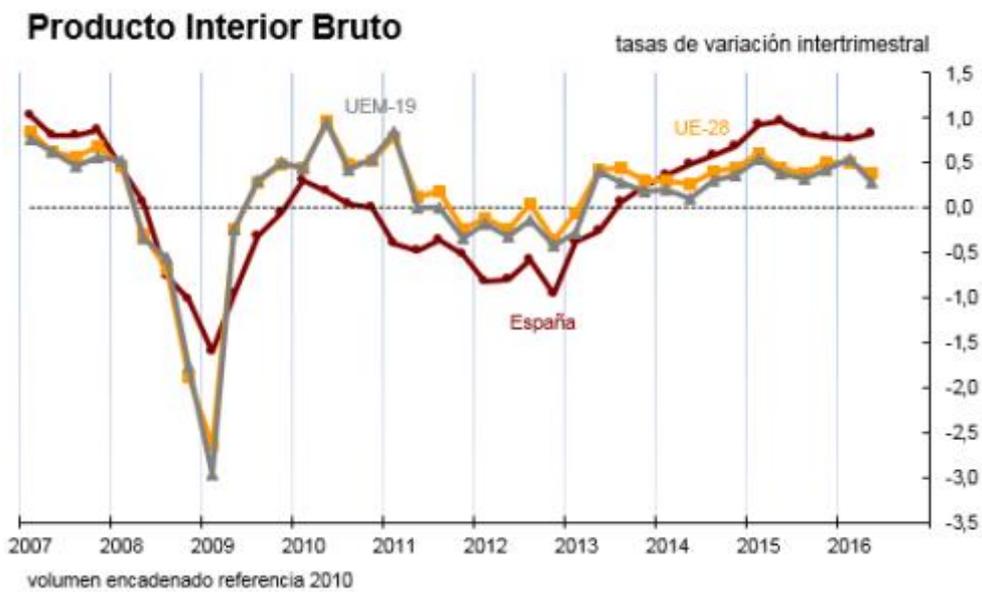
III.2.2 Producto Interior Bruto (PIB)

El Producto interior Bruto (PIB) medido en términos de volumen encadenado con referencia en el año 2010, generado por la economía española, registra un crecimiento trimestral de un 0.8% en el segundo trimestre del año 2016, tasa muy parecida a la estimada para el primer trimestre de ese mismo año.

En términos anuales, la tasa de crecimiento del PIB es del 3.2%, dos décimas por debajo del trimestre anterior. Esto es consecuencia de una reducción de la aportación de la demanda nacional al crecimiento agregado, que queda compensado por una mayor contribución de la demanda externa.

En lo referente al entorno europeo, en el segundo trimestre de 2016 la Unión Europea (UE-28) realiza un crecimiento trimestral del 0.4%, una décima inferior al del trimestre precedente. Por su lado, la Eurozona (UEM-19) experimenta una variación del 0.3%, en este caso tres décimas por debajo del trimestre anterior. A continuación se muestra la tabla que recoge la evolución del PIB tanto a nivel español, como de la Unión Europea y de la eurozona:

GRÁFICA 3.3.: Evolución del PIB 2007-2016

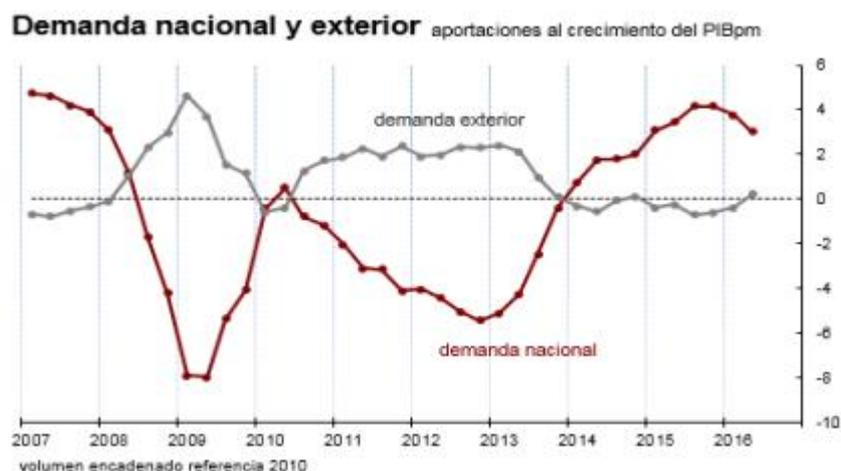


FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

III.2.3 Demanda

Al analizar el crecimiento anual del PIB español en el segundo trimestre del año 2016 desde la óptica de gasto, se puede observar una reducción de la contribución de la demanda nacional (3.0 puntos frente a 3.8 del trimestre anterior) y una mayor aportación de la demanda exterior (0.2 puntos frente a -0.4). A continuación se muestra una tabla donde se analiza la evolución tanto de la demanda nacional como de la demanda exterior:

GRÁFICA 3.4.: Evolución demanda nacional y exterior 2007-2016



Demanda nacional

A continuación se muestra tabla de la demanda con referencia en 2010, con la variación interanual:

TABLA 3.3.: Evolución demanda nacional y exterior 2007-2016

	2015				2016	
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	2,7	3,2	3,4	3,5	3,4	3,2
Gasto en consumo final de los hogares	2,6	2,9	3,6	3,5	3,7	3,6
Gasto en consumo final de las ISFLSH	0,7	0,2	1,6	1,4	1,7	1,5
Gasto en consumo final de las AAPP	1,5	2,5	3,0	3,7	2,4	0,1
Formación bruta de capital fijo	6,1	6,3	6,7	6,4	5,1	4,0
- Activos fijos materiales	7,0	7,1	7,6	7,1	5,5	4,4
• Construcción	6,2	5,2	5,2	4,6	3,1	2,1
• Bienes de equipo y activos cultivados	8,3	10,1	11,2	10,9	9,3	7,8
- Productos de la propiedad intelectual	1,0	1,9	1,7	2,8	2,4	1,6
Variación de existencias y adquisiciones menos cesiones de objetos valiosos (*)	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1
Demanda nacional (*)	3,1	3,4	4,1	4,1	3,8	3,0
Exportaciones de bienes y servicios	5,8	6,0	4,5	5,3	3,8	6,8
Importaciones de bienes y servicios	7,6	7,4	7,2	7,7	5,4	6,6

(*) Aportación al crecimiento del PIB a precios de mercado

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Fijándose en los dos principales componentes que forman la demanda nacional. Tanto el gasto en consumos finales como la inversión en capital fijo, presentan una variación anual menor que la registrada en el primer trimestre de 2016.

Se ha detectado un crecimiento anual del 3.6% en el gasto final de los hogares, una décima inferior a la que se registra en el primer trimestre, consecuencia conjunta de los distintos tipos de bienes y servicios que lo integran.

Por su lado, el gasto en consumo final de las Administraciones públicas presenta una variación anual del 0.1%, lo que supone 2.3 puntos por debajo del trimestre anterior.

La formación bruta de capital fijo experimenta una tasa de crecimiento del 4.0%, con una reducción de 1.1 puntos respecto al trimestre anterior (5.1%). Por otro lado, la inversión en construcción evoluciona con una tasa anual del 2.1%, disminuyendo en 1 punto el registro del trimestre precedente. Esto es consecuencia del comportamiento

de los agregados de la inversión en vivienda y de la inversión en otros edificios y construcciones.

Por último, en cuanto a la demanda de bienes de equipo, esta presenta un aumento del 7.8% en el segundo trimestre de 2016, frente al 9.3% del trimestre anterior.

Demanda exterior

La demanda exterior neta de la economía española ha contribuido al crecimiento del PIB trimestral en 0.2 puntos, seis décimas por encima a la registrada en el trimestre anterior (-0.4 puntos), como consecuencia de un mayor aumento respecto al trimestre anterior de la tasa de las exportaciones frente a la de las importaciones.

En cuanto a las exportaciones de bienes y servicios, crecen rápidamente aumentando su tasa en 3 puntos (del 3.8% al 6.8%). En particular, los bienes, experimentan un aumento de 2.7 puntos (del 2.6% al 5.3%). Por su lado, las exportaciones de servicios no turísticos aumentan a un 13.9%, lo que supone 5.7 puntos más que en el trimestre anterior (8.2%). Por último, el gasto de no residentes en el territorio económico incrementa en seis décimas su tasa anual (del 4.8% al 5.4%).

Por otro lado las importaciones de bienes y servicios, ven incrementadas en 1.2 puntos su crecimiento pasando del 5.4% al 6.6%. Desglosando sus componentes, las importaciones de bienes aumentan a una tasa de un 5.4%, lo cual supone 1.4 puntos por encima del trimestre anterior (4.0%). Por otro lado, las importaciones de servicios no turísticos realizan un aumento del 101%, 1.4 puntos más que en anterior trimestre (8.7%). Por último el gasto de los residentes en el resto del mundo reduce en 4.3 puntos su crecimiento este trimestre, pasando del 23.4% al 19.1%.

III.2.4. Oferta

Analizando el cuadro macroeconómico desde el lado de la oferta, se puede observar que, a nivel agregado, las ramas de los sectores primario y secundario, muestran tasas de crecimiento anual por debajo de las del primer trimestre de 2016. Por su lado los servicios presentan un crecimiento parecido. En la siguiente tabla se muestra las tasas de variación interanual en referencia a 2010 de la oferta:

TABLA 3.4.: Tasa variación interanual Oferta

Oferta. Volumen encadenado referencia 2010. Tasas de variación interanual

	2015				2016	
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	2,7	3,2	3,4	3,5	3,4	3,2
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	-4,0	2,0	3,7	6,2	5,5	3,5
Industria	3,0	3,6	3,8	3,4	2,7	2,6
- Industria manufacturera	2,8	3,8	4,3	4,1	4,3	3,9
Construcción	5,9	5,8	5,1	4,0	2,8	2,2
Servicios	2,7	3,0	3,3	3,4	3,6	3,6
- Comercio, transporte y hostelería	4,1	4,6	5,1	5,3	4,9	5,2
- Información y comunicaciones	4,4	5,0	5,0	4,6	6,0	5,2
- Actividades financieras y de seguros	-2,3	-0,4	-1,1	0,2	2,2	-0,3
- Actividades inmobiliarias	1,0	0,9	0,7	0,8	0,8	1,0
- Actividades profesionales	6,2	6,5	5,7	4,9	5,6	5,6
- Administración pública, sanidad y educación	0,9	1,1	2,2	2,4	2,3	2,3
- Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	4,5	3,9	4,0	4,5	4,5	4,9
Impuestos netos sobre los productos	2,3	2,6	2,7	3,6	3,0	2,2

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

El valor añadido bruto de las ramas industriales evoluciona a una tasa de 2.6%, esto supone una reducción de 0.1 puntos respecto al 2.7% registrado en el primer trimestre de 2016. La industria manufacturera crece a un ritmo del 3.9% en línea con la evolución de la demanda de ese tipo de bienes. Esta tasa es cuatro décimas menor a la registrada en el trimestre precedente (4.3%).

En sintonía con la evolución de la demanda de activos y el empleo de la rama de la construcción, el valor añadido bruto de dicha actividad ralentiza su ritmo de avance hasta el 2.2% frente al 2.8% del anterior trimestre.

Por su lado, el valor añadido de las ramas de los servicios, mantiene su crecimiento este trimestre en el 3.6%, esto es debido al comportamiento conjunto de las actividades que integran este sector.

Por último, las ramas primarias registran una variación anual del 3.5% frente al 5.5% del trimestre anterior.

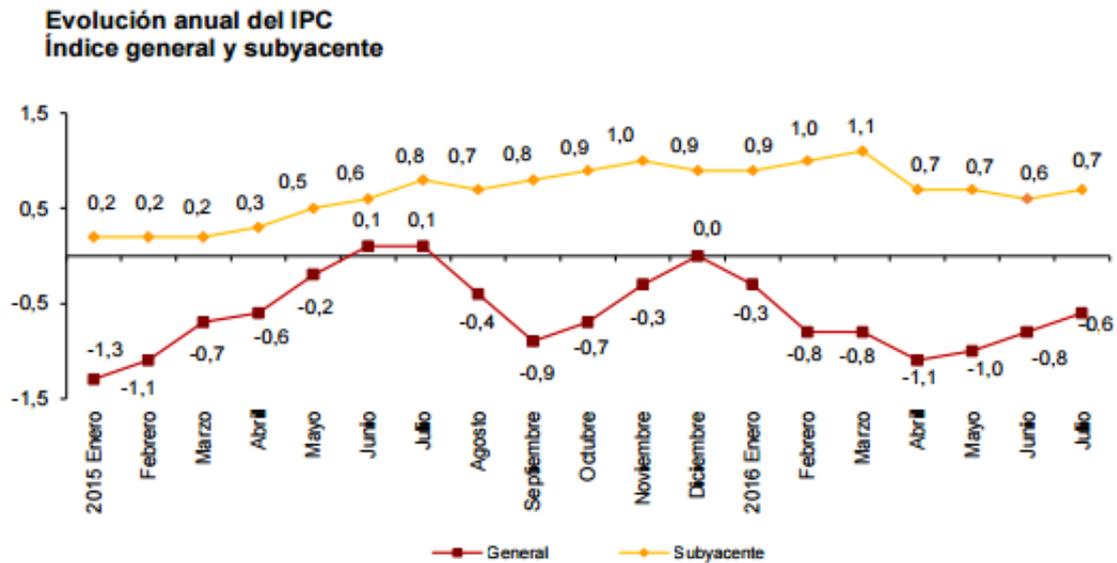
III.2.5. Índice de precios al consumo

La tasa anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) general en el mes de julio es de -0.6%, dos décimas mayor a la registrada el mes anterior.

En cuanto a la tasa de variación anual de la inflación subyacente, que se trata del índice general sin alimentos elaborados ni productos energéticos, incrementa una décima hasta el 0.7% con lo que continua casi un punto y medio por encima de la del IPC general.

En la siguiente figura podemos observar la evolución anual del IPC, tanto del índice general como del subyacente:

GRÁFICA 3.5.: Evolución IPC índice general y subyacente

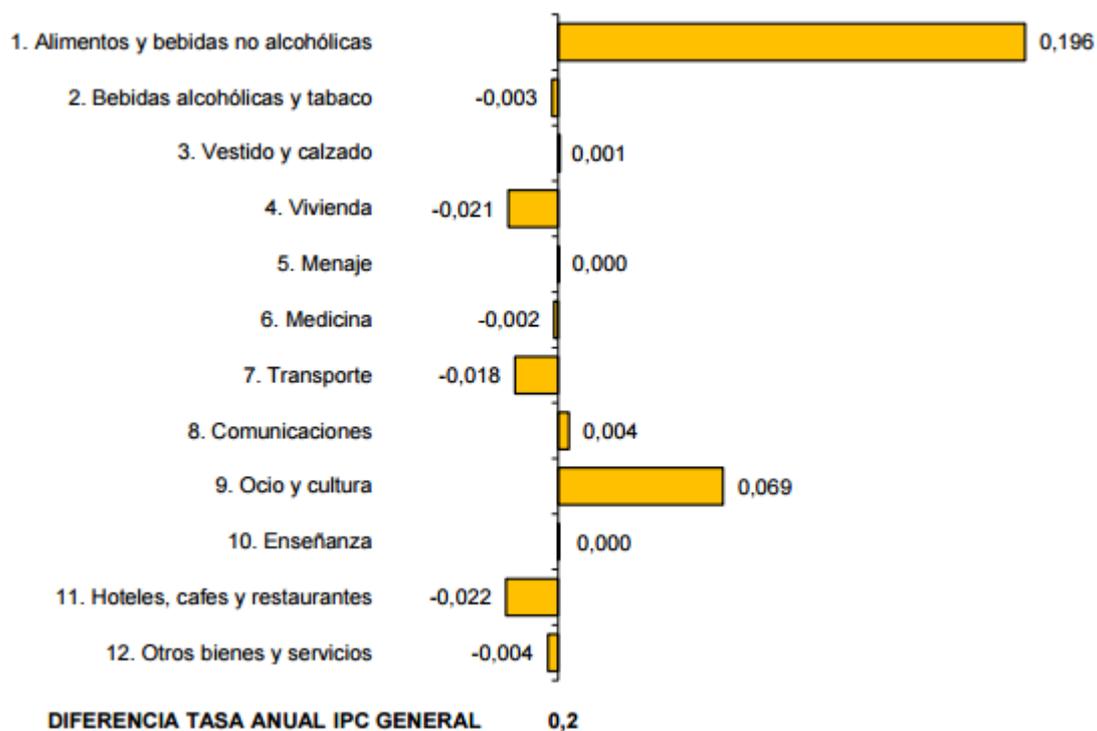


FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

A continuación se muestra en la una gráfica con la influencia de los diferentes grupos en la tasa anual del IPC:

GRÁFICA 3.6.: Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC

Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Los grupos con influencia positiva más destacables en el incremento de la tasa anual son:

- Alimentos y bebidas no alcohólicas, la cual presenta una tasa anual del 2.5%, un punto por encima de la del mes anterior, está causada por el aumento de los precios de las frutas frescas y las legumbres y hortalizas frescas, que disminuyeron hace un año.
- Ocio y cultura, cuya tasa aumenta un punto hasta el -0.6%, debido a la subida de los precios del viaje organizado, mayor que la del mismo mes del año anterior.

Por su lado, los grupos con mayor influencia negativa son los siguientes:

- Hoteles, cafés y restaurantes, con una variación del 0.7%, dos décimas por debajo de la registrada en junio, dado que los hoteles y otros alojamientos registran este mes una subida de precios menor que hace un año.

- Vivienda, cuya tasa se ve reducida en una décima y se sitúa en el -5.6%, principalmente por el aumento de los precios de la electricidad, menor que el del año pasado.
- Transporte, el cual experimenta una variación de -4.1%, una décima por debajo de la de junio, en su mayoría debida a que los precios de los carburantes y lubricantes bajan más que el año precedente.

Como conclusión de los factores económicos, ya que la economía empieza a despegar, vemos que ahora es un momento favorable para entrar en el mercado, pues los bancos comienzan a dar crédito y han mejorado los indicadores económicos, como son el empleo, el PIB, el IPC... sobre todo a partir del año del año 2013.

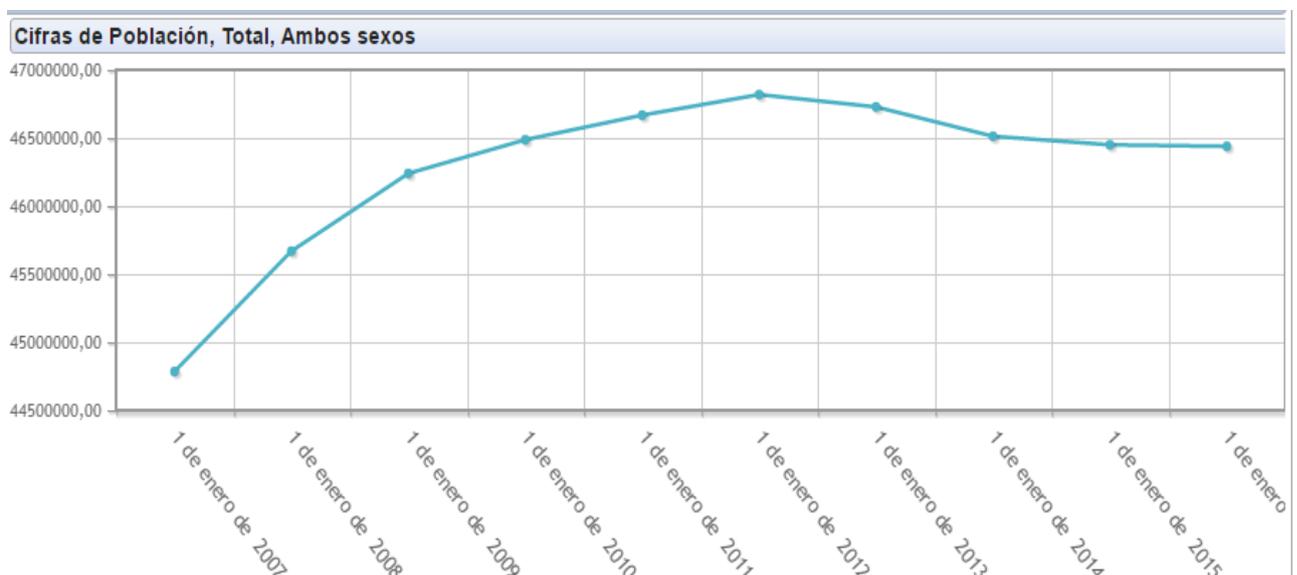
III.3 FACTORES SOCIALES

A continuación se detallaran todos aquellos factores sociales que rodean el entorno de la empresa, como son la demografía, la densidad de población y las condiciones de vida de los españoles.

III.3.1. Demografía

Según el padrón, a 1 de enero del año 2015 España contaba con una población de 46.499.565. A 1 de enero de 2016 esta cifra ha descendido en 11143 habitantes, -0.2 en términos porcentuales, quedándose en la cifra de 46.438.422 habitantes. En la siguiente figura se muestra la evolución de la población española en los últimos años:

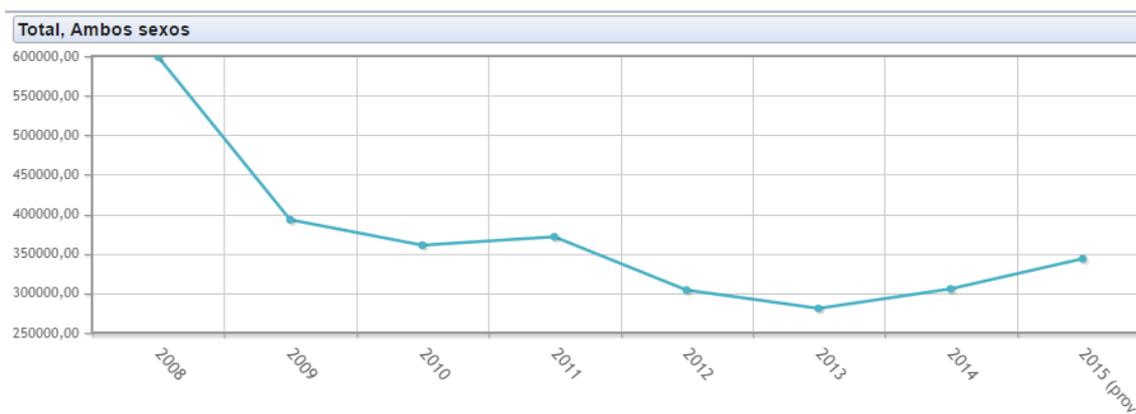
GRÁFICA 3.7.: Evolución de la población española 2007-2015



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Ahora interesa analizar a fondo el flujo migratorio examinando en primer lugar el flujo de inmigración procedente del extranjero por año, el cual se detalla en la siguiente figura:

GRÁFICA 3.8.: Evolución de la inmigración procedente del extranjero 2008-2015

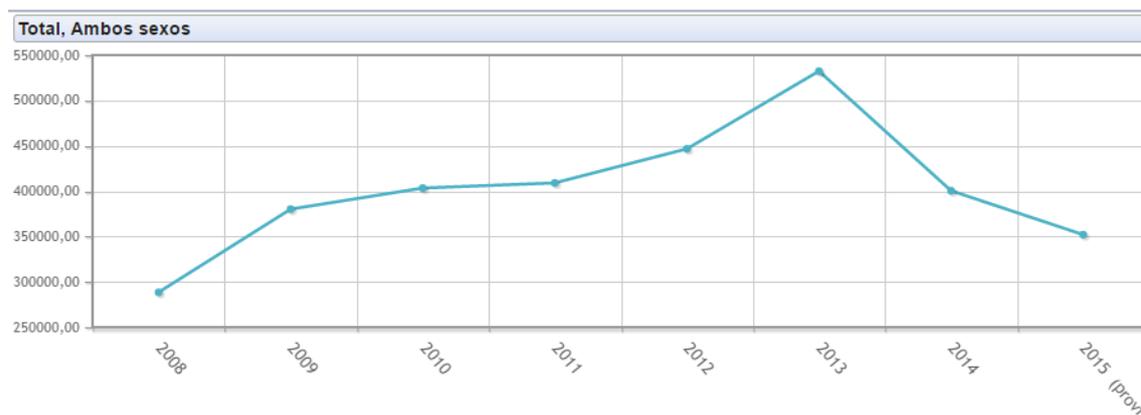


FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

En esta figura podemos observar como el número de inmigrantes que llegan a España se reduce a partir del año 2008. Esto es debido a la llegada de la crisis económica que da comienzo en el país en ese mismo año, y que provoca que los inmigrantes dejen de ver a España como un país donde encontrar un trabajo, pues como hemos visto antes, la tasa de paro se dispara a partir de ese año. A partir de 2013 se ve una leve recuperación de la llegada de emigrantes pues a partir de ese año la situación económica del país comienza a mejorar.

En la siguiente figura se muestra el flujo de emigración con destino al extranjero en los últimos años:

GRÁFICA 3.9.: Evolución de la emigración con destino al extranjero 2008-2015



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Observando esta figura podemos deducir que es completamente contraria a la anterior, debido a que la población Española, a causa de la llegada de la crisis y con ella a la falta de empleo decide emigrar al extranjero en busca de un futuro mejor. Es por ello que el número de emigrantes crece hasta 2013, que como hemos visto anteriormente es el año donde se empieza a visualizar una salida de la crisis dado que la tasa de paro comienza a descender a partir de ese año.

En cuanto a los nacimientos, en 2014 quedan registrados 427.595, experimentando así un aumento de 1880 bebés respecto a 2013 donde la cifra de nacimientos ascendía a 425.715. En relación con las defunciones tenemos que en 2014 se produjeron 395.830 (201.571 Varones y 194.259 Mujeres) obteniendo así un descenso de 5411 defunciones respecto al 2013 donde la cifra ascendía a 390.419 (199834 Varones y 190585 Mujeres). Con estos datos podemos decir que se está produciendo un envejecimiento de la población española pues los nacimientos se incrementan y por el contrario, las defunciones descienden. Así también, cabe destacar que este envejecimiento de la población está mayoritariamente constituido por mujeres pues de estas, se producen menos defunciones que de varones. Toda esta información ha sido obtenida del Instituto Nacional de Estadística.

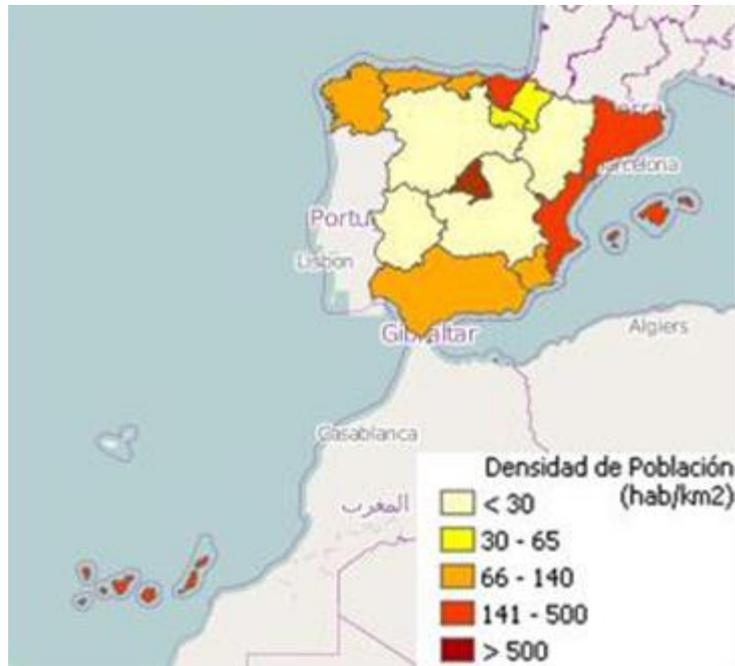
III.3.2 Densidad de población

En la extensa superficie que tiene el territorio español, se pueden observar fuertes desequilibrios espaciales, encontrando tanto espacios con más de 500 hab/km² como espacios con menos de 30 hab/km². Las zonas con una mayor densidad las vamos a considerar a partir de 140 hab/km², entre estas podemos encontrar Canarias, Cataluña, País Vasco, Madrid, Baleares y Comunidad Valenciana. Con una densidad media, de entre 66 y 140 hab/km², hallamos Galicia, Asturias, Cantabria, Andalucía y Murcia. Por último, con una densidad baja, menor a 30 hab/km², encontramos a Castilla la Mancha, Castilla y León, Aragón y Extremadura.

Como podemos observar la mayoría de la Población se encuentra situada en la periferia de la península, con excepción de Madrid, la cual tiene una alta densidad debido a su condición de capital de España. Así por lo general, la zona centro del país como son las dos submesetas, Aragón y Extremadura, presentan grandes problemas de despoblación. A continuación se mostraran los mapas con las densidades de población de España según comunidades autónomas y provincias:

- Densidad de población por comunidades autónomas:

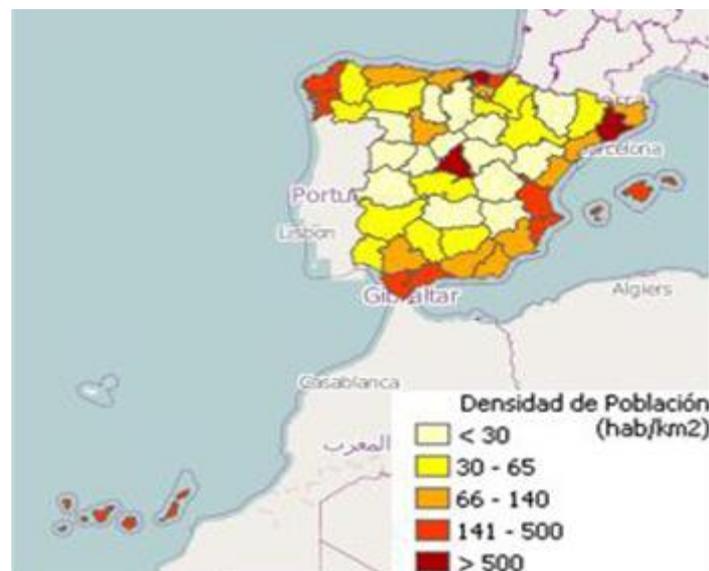
FIGURA 3.1.: Densidad de población por Comunidades Autónomas



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

- Densidad de población por provincias:

FIGURA 3.2.: Densidad de población por Provincias



III.3.3. Condiciones de vida de los españoles

A continuación se detallarán los datos correspondientes a las condiciones de vida de los españoles, evaluando tanto sus ingresos medios como la población en riesgo de pobreza y la situación económica de los hogares.

- Ingresos Medios

Los ingresos medios anuales de los hogares españoles ascendieron a 26092€ en 2016, lo que supuso una reducción del 0.2% respecto al año anterior.

Por su lado, el ingreso medio por persona en 2014 alcanzó los 10419€, cifra un 0.3% superior a la registrada el año precedente.

- Población en riesgo de pobreza

La población en riesgo de pobreza es un indicador relativo que mide la desigualdad, es decir cuántas personas tienen ingresos bajos en relación al conjunto de la población. Así en 2015 la tasa de riesgo de pobreza se situó en el 22.1% de la población residente en España, frente al 22.% registrado el año anterior.

Un hecho destacable es la reducción de esta tasa entre la población de menores de 16 años (de 1.3 puntos) y el aumento para los mayores de 65 años (de 0.9 puntos). La tasa de riesgo de pobreza para los menores de 16 años se situó en el 28.8%, siendo 6.7 puntos superior a la del conjunto de la población. A continuación presentamos una tabla con la población en riesgo de pobreza desglosado en años y rangos de edad:

TABLA 3.5.: Población en riesgo de pobreza por edad

Población en riesgo de pobreza por edad					
Porcentajes					
Año de realización de la encuesta:	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos del año:	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL	20,6	20,8	20,4	22,2	22,1
Menos de 16 años	27,2	26,9	26,7	30,1	28,8
16 y más años	19,4	19,7	19,2	20,7	20,8
De 16 a 64 años	19,3	20,9	20,8	23,2	23,2
65 y más años	19,8	14,8	12,7	11,4	12,3

Situación económica en los hogares

En la primavera del 2015 el 13.7% de los españoles dijo llegar a fin de mes con “muchísima dificultad”, obteniendo así un descenso de 2.4 puntos en este porcentaje respecto al año anterior.

Por otra parte, un 39.4% de los hogares no tenía capacidad para afrontar gastos imprevistos, respecto al 42.4% del año anterior.

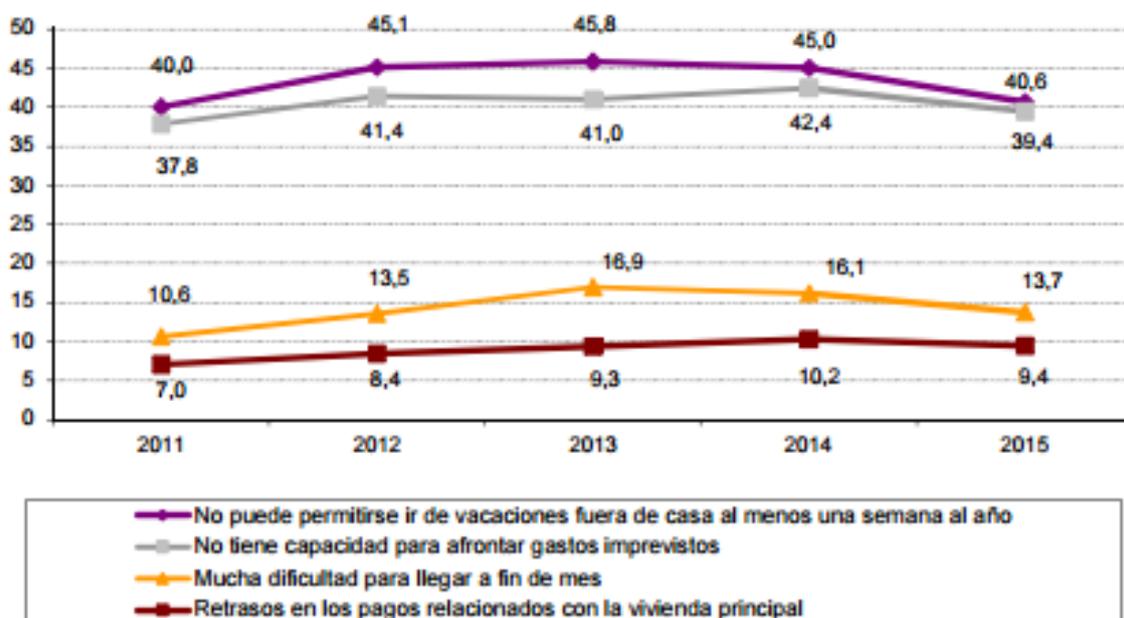
Además, en cuanto a irse de vacaciones fuera de casa al menos una semana al año, el porcentaje ascendía a 40.6%, 4.4 puntos por debajo al registrado el anterior año.

Por último, el 9.4% de los hogares tenía retrasos para pagar los gastos relacionados con su vivienda, como son hipoteca, alquiler, recibos de luz, agua gas... Este porcentaje se encuentra 0.8 puntos por debajo del registrado el año anterior. A continuación se muestra en la siguiente figura, un gráfico con la evolución de las dificultades económicas de los hogares en los últimos años.

GRÁFICA 3.10.: Evolución de las dificultades económicas de los hogares españoles

Evolución de las dificultades económicas de los hogares.

Porcentajes



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Para concluir este apartado, se puede decir que se está produciendo un descenso de la población española motivado por el descenso del número de nacimientos, la reducción

de la población inmigrante y la tendencia de la emigración que se está adoptando en estos últimos años. Además, en cuanto a la densidad, se ha observado que la población se concentra sobre todo en la periferia del país, excluyendo a Madrid, que es una de las ciudades con mayor densidad. También cabe destacar que tanto los ingresos por hogar como los personales son reducidos y se cuenta con un alto porcentaje de población en riesgo de pobreza.

III.4. FACTORES TECNOLÓGICOS

El país, en referencia a los factores tecnológicos, se encuentra muy bien posicionado, puesto que dispone de una amplia red de telecomunicaciones, que llega a todos los puntos del país, de forma que en este momento se puede decir, que no hay nadie que no disponga de acceso a internet.

Así mismo, el país cuenta con una juventud muy familiarizada con las nuevas tecnologías, cualquier joven es capaz de desenvolverse en el ámbito de la ofimática y además el país cuenta con un abundante número de ingenieros informáticos.

Además el público en general, tanto personas mayores como jóvenes, están muy familiarizados, por tanto saben emplear, y usan con frecuencia diaria las redes sociales, tanto es así, que hasta la generación de la tercera edad las emplea. Debido a esto se puede decir que las redes sociales en este país representan una oportunidad para la promoción y desarrollo tanto de una PYME como de un autónomo.

Después del entorno tecnológico descrito en los anteriores apartados, podemos deducir que la población está muy habituada a informarse a través de las páginas web, tanto es así, que en este momento antes de decidir cualquier compra de producto o servicio, la población se informa de las calidades, precios y características de los productos a través de estas páginas, siendo con ello muy importante el mantener una página web que nos de la imagen de nuestro negocio frente al gran público. Esto como todas las cosas en la vida, representa una oportunidad y una amenaza. La oportunidad viene en la medida que podemos mostrar nuestro producto o servicio a nuestros clientes, pero también nos obliga a ser más competitivos pues estos están muy informados.

Esta situación también produce un deterioro importante en los márgenes comerciales, puesto que por internet ha aparecido otra forma de comercio la cual se caracteriza por sus bajos costes, frente al comercio tradicional, llegando incluso a peligrar la continuidad de muchos establecimientos, los cuales se ven incapaces de competir con la oferta de internet.

Por otra parte también, está claro que “internet y el comercio electrónico han venido para quedarse”, después de lo aquí descrito se desprende que en este momento cualquier empresa que se precie tiene que tener presente la herramienta de internet.

III.4.1. Gasto en I+D

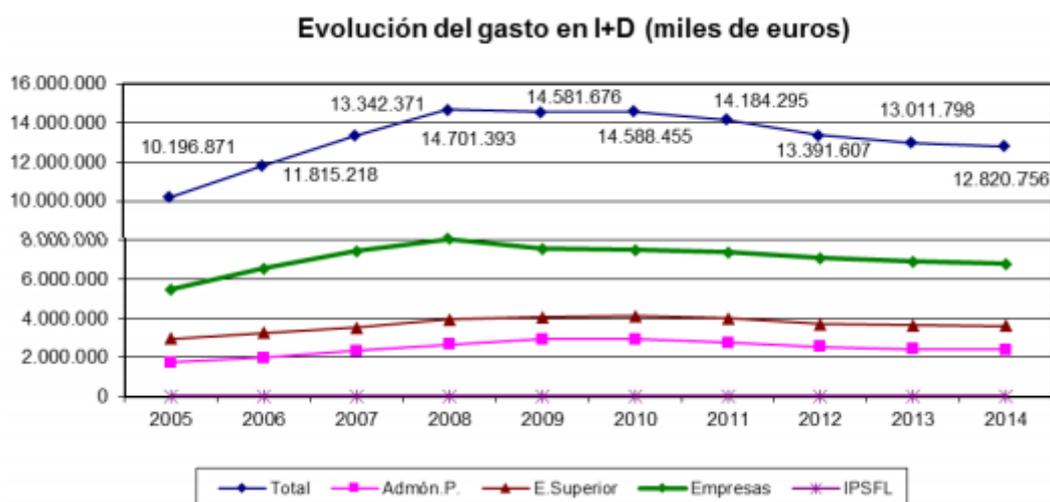
El gasto interno en Investigación y Desarrollo (I+D) ascendió a 12.821 millones de euros en 2014, lo que supuso una disminución del 1.5% en comparación con el anterior año. Este gasto representó el 1.23% del Producto Interior Bruto, frente a 1.26% que representaba en el año 2013.

Por sectores de ejecución, el sector Empresas representó el porcentaje más alto sobre el gasto total en I+D, con un 52.9%. A este le sigue el sector de enseñanza superior, con un 28.1% del gasto total.

Por su parte el gasto en I+D del sector Administración pública supuso el 18.8% del gasto total. El 0.2% restante correspondió al sector instituciones privadas sin fines de lucro.

Los tres principales sectores de ejecución sedujeron su gasto en actividades de I+D en 2014 respecto al año precedente. En la administración pública y la enseñanza superior el descenso fue del 1.1%. En el sector Empresas, del 1.8%.

GRÁFICA 3.11.: Evolución del gasto en I+D



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

III.4.2. Gasto y personal en I+D por comunidades autónomas

Los gastos internos totales en I+D y personal por comunidades autónomas para el año 2014 se muestran en la siguiente tabla:

TABLA 3.6.: Gastos internos totales en I+D

Gastos internos totales en I+D y personal total en EJC por comunidades autónomas. Año 2014

Miles de euros

Comunidades autónomas	Gastos en I+D			Personal total en I+D en EJC		
	Total sectores	Reparto gasto	Tasa de variación (%) 2013-2014	Total sectores	Reparto personal	Tasa de variación (%) 2013-2014
TOTAL	12.820.756	100,0	-1,5	200.232,6	100,0	-1,5
Andalucía	1.465.740	11,4	-0,4	23.632,5	11,8	-2,1
Aragón	300.795	2,3	0,9	5.401,7	2,7	-2,4
Asturias, Principado de	171.612	1,3	-6,6	3.114,9	1,6	-7,6
Baleares, Illes	85.335	0,7	-1,9	1.846,0	0,9	-0,1
Canarias	192.994	1,5	-5,0	3.307,7	1,7	-5,0
Cantabria	101.828	0,8	-7,5	1.780,7	0,9	0,0
Castilla y León	526.820	4,1	-0,8	8.854,7	4,4	-0,1
Castilla-La Mancha	193.038	1,5	-4,2	2.808,1	1,4	1,1
Cataluña	2.937.731	22,9	-0,8	43.898,4	21,9	-1,4
Comunitat Valenciana	1.011.352	7,9	1,3	18.638,7	9,3	0,6
Extremadura	116.010	0,9	-10,5	1.906,6	1,0	-10,1
Galicia	477.279	3,7	1,8	9.405,1	4,7	0,2
Madrid, Comunidad de	3.312.342	25,8	-3,6	46.463,1	23,2	-2,4
Murcia, Región de	233.692	1,8	4,0	5.412,4	2,7	2,3
Navarra, Comunidad Foral de	313.655	2,4	-1,1	4.433,1	2,2	-4,2
País Vasco	1.306.278	10,2	-1,7	17.842,7	8,9	-1,3
Rioja, La	71.369	0,6	16,5	1.438,8	0,7	8,4
Ceuta	1.013	0,0	2,1	22,9	0,0	55,0
Melilla	1.874	0,0	7,1	24,5	0,0	-20,7

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Las comunidades autónomas que aumentaron su gasto en I+D respecto al año anterior son: Aragón (0.9%), Comunidad Valenciana (1.3%), Galicia (1.8%), Región de Murcia (4.0%) y La Rioja (26.5%).

Las demás comunidades autónomas disminuyeron su gasto, entre ellas registraron un mayor descenso: Extremadura (-10.5%), Cantabria (-7.5%) y Principado de Asturias (-6.6%).

Por otro lado las comunidades autónomas con mayor porcentaje de gasto en actividades de I+D sobre el PIB en 2014 fueron Cataluña (1.47%), Comunidad de Madrid (1.68%), Comunidad Foral de Navarra y País Vasco.

En contra, las comunidades que registraron menor porcentaje de gasto en I+D sobre el PIB fueron Castilla-La Mancha (0.51%), Canarias (0.46%) e Islas Baleares (0.32%).

III.4.3. Distribución del gasto en I+D por ramas de actividad

Como se muestra en la siguiente gráfica, las empresas del sector servicios concentraron el 49.2% del gasto en I+D empresarial en el año 2014, mientras que la industrias concentró el 48.0%.

Por ramas de actividad, destacaron servicios de I+D (con un 21.2% del total del gasto), programación, consultoría y otras actividades informáticas (9.2%) y farmacia (8.5%).

GRÁFICA 3.12.: Distribución del gasto en I+D por ramas de actividad



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Para concluir este apartado puede decirse que, en cuanto al uso de la tecnología, el país se encuentra muy bien posicionado, al nivel de los países más avanzados. Podría decirse que la tecnología se ha democratizado llegando a todos los segmentos de la población.

Además las empresas se han adaptado y han implantado esta tecnología en su actividad. En cuanto al gasto en I+D, indicador para medir los factores tecnológicos, se puede decir que se ha visto incrementado respecto al año anterior.

III. 5. CONCLUSIONES.

Concluyendo el análisis del macroentorno se puede observar que dos de los factores analizados proporcionan oportunidades para la empresa mientras que otros dos suponen una amenaza.

Los factores positivos son, en primer lugar los económicos, el país está saliendo de una fuerte crisis económica, es por ello que los indicadores comienzan a incrementarse haciendo este panorama favorable para emprender un nuevo negocio. En segundo lugar encontramos los factores tecnológicos, estos son favorables ya que ayudan al desarrollo de la empresa minorando sus costes, además se ha percibido un aumento en los gastos de I+D.

Por el contrario, los factores negativos los hallamos en el entorno político, dado que actualmente existe una inestabilidad política tanto a nivel nacional como a nivel europeo. Además los factores sociales tampoco son favorables, ya que se está reduciendo la población española y los ingresos medios de estas son bajos.

Dicho esto, a nivel macroeconómico, se ve viable la implantación de EVENTOX, ya que los factores que favorecen su constitución y puesta en marcha tienen más peso que los que no lo hacen.

IV. ANÁLISIS DE VIABILIDAD COMERCIAL MICROENTORNO

En este apartado se analizará la viabilidad comercial del proyecto mediante un examen profundo del microentorno, es decir de las características internas de la empresa que puedan ayudarnos o por el contrario, dificultar la puesta en marcha de la empresa. Para ello se analizará la situación actual y las perspectivas del sector, detallando tanto los clientes potenciales como la competencia y los proveedores que suministrarán los servicios. Posteriormente se realizará un análisis DAFO para visualizar la situación de la empresa ante el mercado-

IV.1. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Como ya se ha citado en más de una ocasión, la empresa objeto del presente plan de negocio, se encarga de proporcionar un servicio a sus clientes para la planificación y organización de eventos festivos y corporativos.

Los factores más destacables con los que podemos identificar a EVENTOX son la confianza, la comodidad, la seguridad, la personalización y la exclusividad a la hora de planificar y organizar cualquiera de ellos.

El sector al que pertenece esta empresa es el de eventos. Este sector se caracteriza en primer lugar por pertenecer a un mercado joven donde el 50% de las empresas tienen menos de 4 años de antigüedad y solo el 4% tiene más de 20 años de antigüedad. Otra de las características de este sector es que está formado por empresas pequeñas, el 76.8% de las empresas concentran ninguno, uno o dos asalariados, mientras que el 50% de ellas no cuenta con ningún asalariado.

En cuanto a la evolución de este sector, encontramos que estos últimos años ha sido golpeado por el impacto de la crisis. Realizar un evento a través de una empresa en tiempos de crisis puede estar expuesto a una gran crítica social, ya que se ve como un lujo, un derroche. Esto ha supuesto una reducción en los presupuestos, lo que ha provocado la realización de eventos mucho más competitivos y la necesidad de tener a profesionales mucho más preparados. Pese a todo esto, la evolución en número de empresas en los últimos años se ha incrementado, cada año contamos con más empresas dentro de este sector.

Para analizar el sector es importante conocer la tendencia que han seguido cada uno de los servicios ofrecidos durante los últimos años, para ello se ha centrado en el caso de los bautizos, bodas y comuniones.

Para el análisis de los bautizos se ha tomado como referencia el número de nacimientos en los últimos años a través del Instituto Nacional de Estadística. Pero dado que un bautizo es una celebración católica, se ha de consultar el porcentaje de católicos que existe en la comunidad valenciana, para ello se consulta la encuesta del CIS. Además la realización de un bautizo a través de una empresa de eventos, no está al alcance de todo el mundo, así consideramos que podrán ser realizados por personas que tengan un estatus económico de clase alta/media-alta, nuevas clases medias y viejas clases medias determinado también por la encuesta del CIS. Cruzando el número

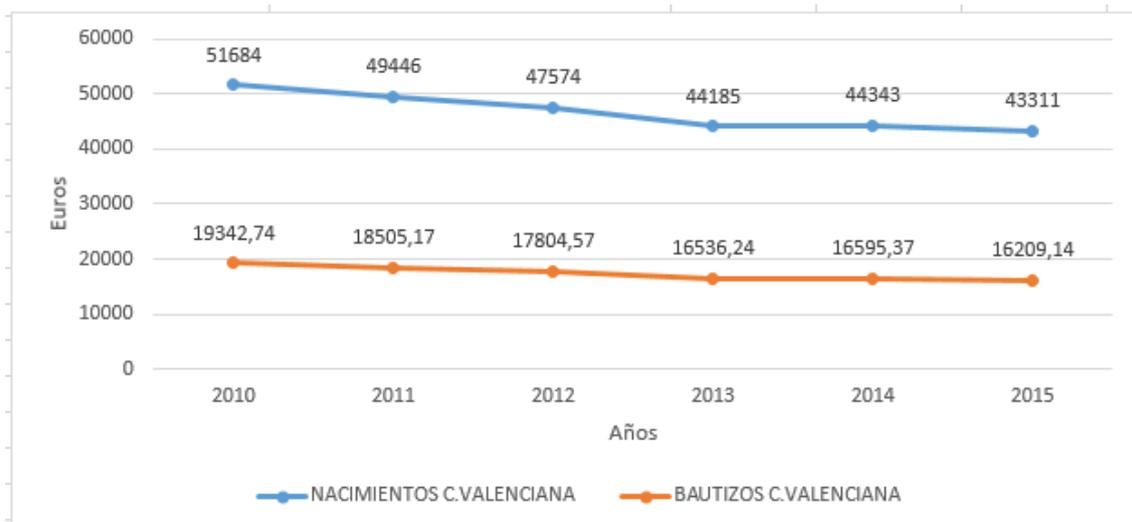
de nacimientos con el porcentaje de católicos y los pertenecientes a este estatus, se obtiene la tendencia en bautizos representada en la tabla y figura siguientes:

TABLA 4.1.: Evolución bautizos C. Valenciana 2010-2015

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NACIMIENTOS C.VALENCIANA	51684	49446	47574	44185	44343	43311
BAUTIZOS C.VALENCIANA	19342,74	18505,17	17804,57	16536,24	16595,37	16209,14

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICA 4.1.: Evolución bautizos C. Valenciana 2010-2015



FUENTE: Elaboración propia

En esta podemos observar que la tendencia en la celebración de bautizos se reduce en los últimos años, pero esto no es debido a que estas celebraciones se estén dejando de realizar, sino que el motivo reside en el descenso del número de nacimientos que se está produciendo en los años precedentes.

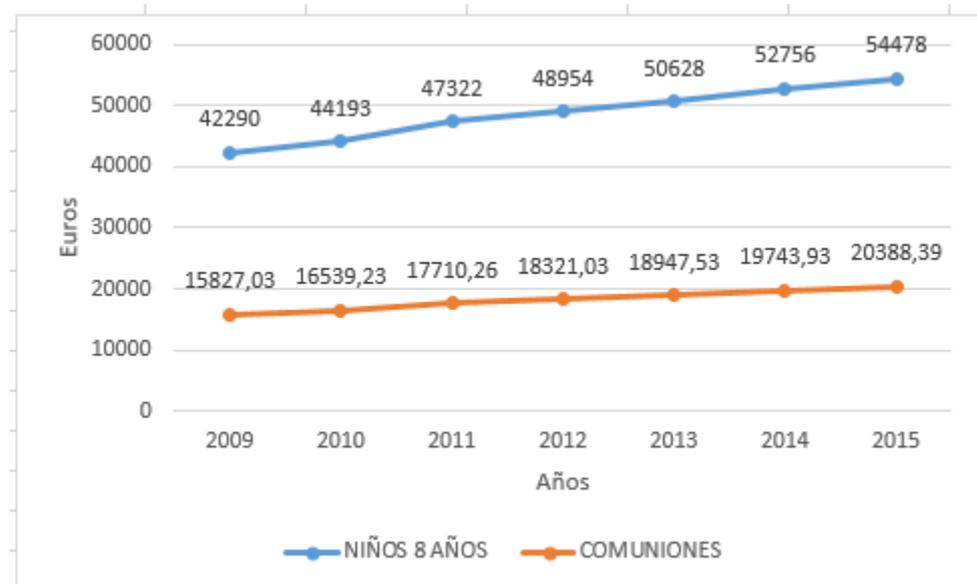
Para analizar la tendencia de las comuniones se ha realizado exactamente el mismo proceso que con los bautizos pero en lugar de realizarlo con el número de nacimientos, sea realizado con el número de niños que tienen 8 años, edad en la que se suele realizar este tipo de celebración. Al cruzar esta variable con el porcentaje de católicos y el porcentaje del estatus se obtienen los datos representados en la tabla y figura siguientes:

TABLA 4.2.: Evolución comuniones C. Valenciana 2009-2015

AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NIÑOS 8 AÑOS	42290	44193	47322	48954	50628	52756	54478
COMUNIONES	15827,03	16539,23	17710,26	18321,03	18947,53	19743,93	20388,39

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICA 4.2.: Evolución comuniones C. Valenciana 2009-2015



FUENTE: Elaboración propia

En este caso se observa que la tendencia va al alza. Esto es debido a que los nacimientos de estos niños se produjeron en los años anteriores a la crisis, donde los nacimientos por año eran más numerosos que en la actualidad. Así existe un gran número de niños con edad para celebrar este tipo de eventos.

Para analizar la tendencia de las bodas realizadas en los últimos años, se ha vuelto a consultar la base de datos del Instituto Nacional de Estadística, buscando, en ella el número de matrimonios celebrados en los últimos años. Esta variable se ha cruzado con la del estatus a la que nos hemos referido en los dos análisis anteriores, obtenida por el CIS. De este cruce se obtienen los datos que aparecen representados en la tabla y figura siguientes:

TABLA 4.3.: Evolución matrimonios C. Valenciana 2010-2015

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MATRIMONIOS	17501	16870	17284	16420	17372	17796
MATRIMONIOS EVENTOS	8733,0	8418,1	8624,7	8193,6	8668,6	8880,2

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICA 4.3.: Evolución matrimonios C. Valenciana 2010-2015



FUENTE: Elaboración propia

En cuanto a la tendencia de las bodas realizadas en los últimos años, podemos encontrar altibajos. Se puede ver que el número de bodas viene descendiendo desde 2010, año en el que ya está bien entrada la crisis económica. Después observamos un periodo (2011-2012) en el que las bodas ascienden levemente para bajar hasta su mínimo en 2013. A partir de este año, con la salida de la crisis, se observa una tendencia al alza en este tipo de celebraciones.

IV.1.1. Clientes potenciales

Debido a que EVENTOX ofrece una gran variedad de eventos, el segmento de población al que se dirige la empresa es bastante amplio. En cuanto a la parte de eventos festivos abarca desde padres que acaban de tener a sus hijos y celebran su bautizo, padres cuyos hijos tienen la edad de celebrar su primera comunión, parejas que van a casarse y clientes que contratan estos servicios para hacer sus cumpleaños y demás celebraciones.

Por otro lado, en lo que respecta a los eventos corporativos encontramos a nuevas empresas que entran al mercado y quieren realizar su inauguración, empresas ya existentes que quieren presentar un nuevo producto o servicio, realizar convenciones... Así pues se procederá, a continuación, a hacer un desglose de los segmentos a los que la empresa se dirige.

1º Eventos festivos.

En relación con los eventos festivos, se va a analizar su público objetivo en celebraciones como bautizos, comuniones, bodas y cumpleaños.

- **Bautizos:** Para analizar los bautizos potenciales que se van a llevar a cabo, en primer lugar se buscará el número de nacimientos en la comunidad valenciana según los datos del Instituto Nacional de Estadística, aquí encontramos que hubo 43.311 nacimiento durante el año 2015 (datos más recientes), pero no todos los nacimientos conllevan un bautizo, pues este se trata de una celebración católica. Esto lleva a consultar el barómetro autonómico del CIS de septiembre-octubre 2012 (datos más recientes a nivel autonómico) para averiguar el porcentaje de católicos, en este observamos que un 75% de la población de la comunidad valenciana se considera católica. Así pues se obtiene que los nacimientos de niños católicos en la comunidad valenciana serian de un total de 32.483 ($43.311 \cdot 0.75$).

Por último, conviene resaltar que la celebración de un bautizo a través de una empresa de eventos no está al alcance de cualquiera, es por ello que consideraremos clientes potenciales a aquellos que tengan un estatus económico de clase alta/media-alta, nuevas clases medias y viejas clases medias. Para conocer el porcentaje que ocupan estas sobre la población total de la comunidad valenciana se volverá a consultar el barómetro autonómico del CIS de septiembre-octubre de 2012, en este se obtiene que el porcentaje total que reúne estos tres estatus es de 49.9%. Así, se puede concluir que los clientes potenciales para bautizos en la comunidad valenciana están alrededor de 16.209 ($32.483 \cdot 0.499$).

- **Comuniones:** Para analizar las comuniones potenciales que se van a celebrar, se realizará el mismo estudio que con los bautizos pero con niños nacidos en 2008, pues la edad en que se realiza la primera comunión es de 8 años. Para ello se buscará, en primer lugar, el número de nacimientos en la Comunidad Valenciana según los datos del Instituto Nacional de Estadística para el año 2008 y se encuentra que se produjeron 57.083 nacimientos. Pero no todos los niños de 8 años celebran la primera comunión, puesto que, como ocurre con los bautizos, se trata de una celebración católica. Esto lleva a consultar de nuevo el barómetro autonómico del CIS, en este caso, de septiembre-octubre 2012 (datos más recientes a nivel autonómico) para averiguar el porcentaje de católicos, en este se puede observar que un 75% de la población de la comunidad valenciana se considera católica. Así pues se obtiene que la población de niños católicos de 8 años de edad en la comunidad valenciana serian de un total de 42.812 ($57.083 \cdot 0.75$).

Finalmente, del mismo modo que se ha concluido en relación con los bautizos, la celebración de la primera comunión a través de una empresa de eventos no está al alcance de cualquiera, por lo que se consideran clientes potenciales a aquellos que tengan un estatus económico de clase alta/media-alta, nuevas clases medias y viejas clases medias. Para conocer el porcentaje que ocupan estas sobre la población total de la comunidad valenciana se vuelve a consultar el barómetro autonómico del CIS de septiembre-octubre de 2012, en este se obtiene que el porcentaje total que reúne estos tres estatus es de 49.9%. Así, se concluye que los clientes potenciales para comuniones en la comunidad valenciana es alrededor de 21.363 ($42812 * 0.499$).

- **Bodas:** Para analizar la bodas potenciales que van a celebrarse, en primer lugar se buscará el número de matrimonios contraídos en la Comunidad Valenciana según los datos del Instituto Nacional de Estadística. Así encontramos que hubo 17.796 matrimonios durante el año 2015 (datos más recientes). Pero la celebración de una boda a través de una empresa de eventos no está al alcance de cualquiera, por lo que se consideran clientes potenciales aquellos que tengan un estatus económico de clase alta/media-alta, nuevas clases medias y viejas clases medias. Para conocer el porcentaje que ocupan estas sobre la población total de la comunidad valenciana se vuelve a consultar el barómetro autonómico del CIS de septiembre-octubre de 2012, en este se obtiene que el porcentaje total que reúne estos tres estatus es de 49.9%. Así, se puede concluir que los clientes potenciales para bodas en la comunidad valenciana es alrededor de 8.880 ($17.796 * 0.499$).
- **Fiestas de cumpleaños:** Dado que las fiestas de cumpleaños abarcan todas las edades posibles, para analizarlas se consultará en primer lugar la población en su totalidad de la Comunidad Valenciana según los datos del Instituto Valenciano de Estadística, en este encontramos que la población es de 4.980.689. Debido a que las fiestas de cumpleaños no son una ocasión única, sino algo que pasa todos los años, no es habitual que se recurra a los servicios de una empresa de eventos para celebrarlos, por ello se contará solo con el segmento de la población que tenga un estatus económico de clase alta/medio-alta. Para ver el porcentaje que supone esta clase sobre el total de la población se consulta el barómetro del CIS de septiembre-octubre de 2012 (datos más recientes a nivel autonómico), este constituye un 15% de la población. Así, se puede concluir que los clientes potenciales para realizar fiestas de cumpleaños a través de esta empresa es de 74.710 ($4.980.689 * 0.15$).

En conclusión el número de clientes potenciales en un año para EVENTOX en cuanto a eventos festivos se refiere es de 16.209 para bautizos, 21.363 para comuniones, 8.880 para bodas y 74.710 para fiestas de cumpleaños, lo que suman un total de 121.162 clientes potenciales.

2º Eventos corporativos

Para establecer los clientes potenciales en cuanto a eventos corporativos se refiere, se consultará, en primer lugar, el número de empresas que hay en el área de actuación, la Comunidad Valenciana. Para consultar esto se acude al SABI, una base de datos que contiene información sobre las empresas españolas. En ella se encuentra que hay un total de 175.498 empresas localizadas en la Comunidad Valenciana. Este es un número muy grande, pero hay que considerar que no todas las empresas realizan eventos corporativos, así sólo se tendrá en cuenta como clientes potenciales a los que son clasificados, según el número de empleados, como “empresa grande” (de 250 a 499 empleados) y “empresa muy grande” (más de 500 empleados). Para ello se vuelve a consultar el SABI para ver el número de empresas en la comunidad valenciana que tiene más de 250 empleados, aquí se encuentra que alrededor de unas 200 empresas cumplen este criterio. Por lo tanto podemos concluir que nuestros clientes potenciales en cuanto a eventos corporativos se refiere gira entorno a 200.

En resumen, se cuenta con unos 121.162 clientes potenciales correspondientes a eventos festivos y alrededor de 200 para eventos corporativos lo que hacen un total de unos 121362 clientes potenciales para EVENTOX.

IV.1.2. Competidores

En el análisis de la viabilidad comercial, uno de los puntos importantes es el análisis de la competencia. Para ello se han seleccionado las empresas más relevantes que ofrecen servicios similares a EVENTOX en las provincias de Castellón, Valencia y Alicante. Además una vez analizadas estas empresas, se podrán aportar ideas sobre nuevos servicios exclusivos y únicos que permitan diferenciarse de los competidores.

Estas empresas que se han seleccionado pueden considerarse competidoras ya que cubren necesidades parecidas y están enfocadas al público objetivo a través de diferentes catálogos de servicio. Las empresas son las siguientes:

- Organización Integral de Congresos y Eventos
- MUST Agencia de Eventos
- Evenzo, Eventos con diferencia
- Eventos Intur
- Elegance Events
- Divergente Eventos

A continuación se realizará un recorrido por cada una de ellas, citando su nombre junto con su logotipo, su localización su página web y los servicios que ofrece cada una de ellas en sus respectivas páginas web.

Además para cada una de ellas se ha elaborado una tabla con los precios medios de los servicios que ofertan.



LOCALIZACIÓN: Plaza Alqueria de la Culla 4, 46910 Alfafar, Valencia

WEB: <http://www.cevents.es/>

SERVICIOS:

- CONGRESOS: ofrecen secretaria técnica, secretaria comercial, secretaria científica...
- EVENTOS: ayuda y asesoramiento profesional para llevar a cabo su evento.
- SOLUCIONES TECNOLÓGICAS: recursos tecnológicos para su congreso o evento que darán una impresión de modernidad entre los asistentes.
- GESTIÓN DE SOCIEDADES: prestan sus servicios a todo tipo de empresas, organizaciones, pymes, asociaciones y particulares

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	24.000,00 €
Comuniones	8.000,00 €
Bautizos	7.000,00 €
Fiestas de cumpleaños	3.500,00 €
Eventos corporativos	5.000,00 €

Fuente: Elaboración propia



MUST Agencia de Eventos

LOCALIZACIÓN: C/ Santa Amalia 2, 46009, Valencia

WEB: <http://www.musteventos.es/>

SERVICIOS:

- Empresa joven e innovadora especializada en la organización de todo tipo de eventos
- Servicio integral de diseño, organización y producción, creando proyectos exclusivos y a medida de cada cliente.
- Cuenta con grandes profesionales en el sector de eventos, contando con amplia experiencia, conocimiento del mercado y relaciones con los mejores lugares y proveedores.
- El factor más importante es cuidar hasta el último detalle la imagen del cliente consiguiendo su fidelidad y satisfacción

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	17.800,00 €
Comuniones	4.900,00 €
Bautizos	3.350,00 €
Fiestas de cumpleaños	1.600,00 €
Eventos corporativos	2.450,00 €

FUENTE: Elaboración propia



Evenzo, Eventos con diferencia

LOCALIZACIÓN: Carrer d'Alloza, 19, 12001, Castelló de la Plana, Castelló

WEB: <http://www.evenzoeventos.com/>

SERVICIOS:

- **NUEVOS GÉNEROS:** La inquietud es la clave, porque no todo está inventado en el mundo de los eventos

- ARTE, MODA & MÚSICA: Momentos efímeros, surgidos de la nada y basados en lo trendy.
- EVENTOS DE BARRIO: Orientados a PYMES. Adaptan los servicios a sus necesidades, presupuesto y público objetivo
- EMPRESAS Y EVENTOS CORPORATIVOS: Ayudar tanto a potenciar las actitudes y aptitudes de los trabajadores, como a conectar y fidelizar al público final.

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	18.000,00 €
Comuniones	6.000,00 €
Bautizos	4.500,00 €
Fiestas de cumpleaños	1.700,00 €
Eventos corporativos	2.600,00 €

FUENTE: Elaboración propia



LOCALIZACIÓN: Calle Herrero, nº20, Castellón de la Plana

WEB: <http://www.eventosintur.com/>

SERVICIOS:

- Empresa organizadora de eventos sociales, de empresa y catering de cualquier tipología y dimensión en cualquier espacio.
- Señas de identidad: Calidad, experiencia y compromiso con los clientes y con la sociedad.
- Eventos sociales: Bodas, bautizos, comuniones, celebraciones particulares en sus espacios.
- Eventos corporativos: Comidas de trabajo, cenas de gala, cocktails para presentaciones, congresos...

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	15.500,00 €
Comuniones	4.100,00 €
Bautizos	2.900,00 €
Fiestas de cumpleaños	1.300,00 €
Eventos corporativos	2.450,00 €

FUENTE: Elaboración propia

Grupo Elegance Events

Elegance Events

LOCALIZACIÓN: Partida El Collado 100, Finca Muriel, 03110 Muchamiel, Alicante

WEB: <http://www.eleganceevents.es/>

SERVICIOS:

- Empresa especializada en organización de eventos tanto de iniciativa propia como por encargo.
- Bodas y Celebraciones: (fincas, carpas, catering...) ofrecen la posibilidad de celebrar los acontecimientos más importantes de tu vida. Cuentan, para ello, con fincas propias.
- Congresos y eventos deportivos: organizan congresos y eventos deportivos como carreras populares, competiciones de mountain bike....
- Eventos en colaboración: Proyectos en colaboración con distintos Ayuntamientos como fiestas patronales, ferias comerciales...

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	17.500,00 €
Comuniones	5.500,00 €
Bautizos	4.000,00 €
Fiestas de cumpleaños	1.350,00 €
Eventos corporativos	2.400,00 €

FUENTE: Elaboración propia

LOCALIZACIÓN: C/ Van Dick, nº3, Pol. Ind. Rabasa, 03009 Alicante

WEB: <http://www.divergenteeventos.com/>

SERVICIOS:

- Empresa especializada en organización de eventos, celebraciones y suministro de los productos necesarios para que las fiestas resulten un éxito.
- Cuenta con años de experiencia que permite aportar conocimientos de organización y planificación.
- Empresa abierta a sugerencias, colaboran estrechamente con los clientes a la hora de organizar sus eventos.
- Ofrece presupuestos personalizados y adaptados a la necesidad de sus clientes.
Empresa flexible

PRECIOS:

EVENTO	PRECIO MEDIO
Bodas	15.000,00 €
Comuniones	3.500,00 €
Bautizos	2.800,00 €
Fiestas de cumpleaños	1.250,00 €
Eventos corporativos	2.100,00 €

Fuente: Elaboración propia

Examinando y analizando estas empresas se puede deducir que ofrecen servicios similares a los que EVENTOX ofrece. Por una parte los eventos festivos como bodas, bautizos, comuniones, eventos sociales, y por otra parte eventos corporativos de cualquier índole como congresos, presentaciones de productos, inauguraciones... Así todas estas empresas tienen como objetivo la organización y planificación de todo tipo de eventos, por lo que la empresa se encuentra ante empresas potencialmente competidoras en varios de los servicios que esta organización ofrece.

Con el fin de intentar diferenciarse de las empresas competidoras existentes, EVENTOX intentará prestar sus servicios con gran calidad, exclusividad, personalización e innovación, tratando de hacer una oferta más atractiva para el público objetivo y así lograr conseguir la mayor cuota de mercado posible (mercado que actualmente no se

encuentra cerrado y que tiene una demanda considerable en un mercado no muy amplio en cuanto a número de empresas especializadas se refiere)

Sin embargo, EVENTOX contará con elementos diferenciadores, es decir ofrecerá servicios que cubrirán necesidades y huecos de mercado que todavía no están cubiertos por los competidores en el área de actuación, la Comunidad Valenciana.

Así, por ejemplo, la organización y planificación de eventos combinados con la realización de deportes de aventura. Esta clase de deportes se está poniendo muy de moda, por lo que EVENTOX quiere aprovechar esto para ofrecer a sus clientes un tipo de celebración de su día diferente. A modo de ejemplo, se podría realizar una fiesta de cumpleaños en un entorno natural, ofreciendo todos los servicios característicos y además realizar alguno de estos deportes de aventura para que su día sea único y especial. Organizar este tipo de actividades aportaría valor añadido a la empresa ofreciendo algo exótico y singular. Además, como elemento diferenciador, también se pretende realizar dinámicas de grupo para trabajadores de empresas con el objetivo de mejorar las relaciones laborales en el interior de las mismas.

Después de contemplar y examinar a la competencia en todos los servicios que ofrece, se pueden plantear algunas propuestas:

- Dado que se ha observado que algunas de las empresas competidoras ofrecen servicios concretos en sus catálogos, se ha determinado que una de las claves será la flexibilidad. La empresa se encuentra en un mercado en el cual la flexibilidad va a ser una condición necesaria para que contraten los servicios. Así EVENTOX tendrá la capacidad de adaptarse en todo momento a cualquiera de las necesidades que requieran los clientes.
- Aunque esta organización se encuentra en un mercado con un número no muy amplio de empresas, entre algunas de ellas reúnen gran parte de la demanda en determinados tipos de eventos celebrados en la Comunidad Valenciana, así se tendrá oportunidad de acceder a competir con ellos diferenciándose en aspectos como ofrecer precios más bajos o servicios de mayor calidad.
- Otro elemento diferenciador que EVENTOX pueda ofrecer será la organización y planificación de eventos cada vez más creativos, originales y únicos, es decir, que difieran de lo que habitualmente ofrecen las empresas competidoras. Para ello se deberá de estar en un continuo proceso de innovación y formación. Como ya se ha citado, uno de los servicios diferentes que EVENTOX ofrecerá será las citadas anteriormente actividades de deporte de aventura además de unas dinámicas de grupo para mejorar las relaciones laborales en el interior de las empresas, con estas se pretende ofrecer algo interesante y atrayente para parte del público objetivo, ganando así un hueco en el mercado y dándole un valor añadido a la empresa.

- Otro factor importante a tener en cuenta es ofrecer a los mayores profesionales para que todo salga perfecto en cualquier tipo de evento. Para ello, se cuenta por una parte con los dos agentes que forman la empresa entre ambos juntan experiencia, creatividad, dedicación, atención al detalle... entre otras cualidades que son imprescindibles para llevar una organización acorde a como el cliente haya demandado.

Pero por otra parte también se debe de contar con proveedores que suministren servicios exclusivos y de gran calidad de una forma profesional y segura. Así, se puede otorgar a nuestros clientes la confianza de que cualquiera de los servicios que contrate tales como catering, decoración, transporte, música... estarán organizados y ejecutados de la mejor forma para que su día sea tal y como ellos esperan.

IV.1.3. Proveedores

Para el desarrollo de esta actividad, un factor a tener en cuenta es establecer una buena relación comercial con los proveedores que proporcionaran los servicios que se requieren en cualquier tipo de evento, pues en ello se basa este modelo de negocio. Es por ello, que esta relación con los proveedores tiene una importancia fundamental, ya que además, esto representa una parte importante de los costes de la empresa.

Uno de los inconvenientes que tiene la empresa es que es nueva en este mercado, esto hace que con algunos proveedores no pueda imponer sus condiciones, pues la relación de la que hemos hablado requiere un tiempo, no obstante lo que si puede y debe hacer es escoger un proveedor u otro. Así uno de los objetivos de la empresa es encontrar buenos proveedores y constituir con ellos acuerdos claros y bien determinados. Para ello se va a realizar un estudio de mercado de los proveedores antes de elegir a unos u otros.

Dado que EVENTOX busca poder ofrecer sus servicios a todo tipo de público adaptándose tanto a sus exigencias de presupuesto como de calidad, se va a contar en el catálogo con diferentes proveedores de cada uno de los servicios ofrecidos, ajustándose así a las exigencias de cada cliente.

Aunque en el catálogo hay numerosos proveedores para cada servicio, a modo de ejemplo se van a detallar 3 proveedores de cada uno de los principales servicios que EVENTOX ofrece (Catering, fotografía, decoración, animación y transporte).

Conviene señalar que en la descripción de los servicios que prestan cada una de las empresas que se relacionan a continuación, se ha tratado de respetar, en la medida de lo posible, el lenguaje que ellas mismas utilizan en sus páginas web para presentarse en el mercado. De esta forma puede apreciarse la forma en que a efectos de marketing tratan de vender sus servicios al cliente

1º. CATERING.



Catering AIRE Valencia

Catering Aire es una empresa con más de 15 años de experiencia, especializada en la organización integral de celebraciones familiares, actos sociales y de empresa, que hemos sabido mantener todos estos años de experiencia y que han hecho de Catering Aire una garantía de éxito.

Catering Aire, es constante en las nuevas tendencias culinarias, de calidad y de elegancia. Así, Catering Aire hoy puede seguir dando respuesta a sus clientes con materias primas de primera calidad, un servicio impecable y un toque de creatividad.

Las ventajas de Catering Aire:

- Gran experiencia en la organización de eventos de diversos tipos.
- Cocina variada y de gran calidad.
- Gran dosis de creatividad y nivel de compromiso.
- Precios razonables y presupuesto transparente.

PRECIOS:

Menú Estándar: 35€

Manú Medium: 80€

Menú Premium: 150€



Ancora Catering Valencia

Es una empresa consolidada en el ámbito de la hostelería y el catering que cuenta con un equipo de profesionales dispuestos a contribuir al éxito total de su evento.

La experiencia en cócteles, buffets, cenas, etc. para entidades públicas y privadas así como para las celebraciones más íntimas como tu boda, les permite conocer al detalle las particularidades de cada acto y, de este modo, asesorar para que su elección de menú y presentación sea la más adecuada.

En definitiva, una cocina creativa elaborada con materias primas de la mejor calidad, con un esmerado servicio y unas presentaciones muy cuidadas que permiten diseñar un menú a la medida de los requerimientos de cada cliente.

PRECIOS

Menú Estándar: 30€

Manú Medium: 55€

Menú Premium: 95€



La Bambina Catering, Bodas Camperas

Empresa formada por un gran equipo de profesionales (camareros, parrilleros, cocineros, cortadores de jamón a cuchillo) puestos a disposición del cliente para poder montar su banquete de bodas donde el decida.

Disponen de personal, maquinaria y menaje para montar el banquete en cualquier lugar designado por Vds.

No importa la dificultad del pedido, La Bambina Catering, le da posibilidad de escoger entre una gran variedad de opciones que le permitirán seleccionar el menú que mejor se adapte a lo que de verdad necesita para su montería.

Tienen acuerdos de colaboración con fincas, cortijos y haciendas de Madrid y Valencia. En estas fincas han eliminado los altos Canon que tenían, de tal manera que se puede trabajar en ellas con presupuestos más accesibles.

PRECIOS:

Menú Estándar: 25€

Manú Medium: 40€

Menú Premium: 65€

2º.- FOTOGRAFIA



Maribel Server, Fotografía y Comunicación

En la actualidad, trabaja como fotógrafo profesional y periodista en Maribel Server · Fotografía y Comunicación, compaginando diversas facetas como son la fotografía, el periodismo, y la presentación de eventos. Como fotógrafo en Valencia, realiza principalmente fotografía de eventos, fotografía de bodas, bautizos y comuniones (fotografía social), y fotografía de moda. Ha realizado editoriales para importantes revistas y cubierto toda clase de eventos y pasarelas relacionadas con el mundo de la moda.

La fotografía requiere de una habilidad especial para saber captar cada momento único y sin duda ésta es la clave de todo buen fotógrafo.

Junto al servicio de fotografía ofrece también la posibilidad de realizar vídeos de diverso tipo que sirven como complemento ideal para cubrir eventos, realizar reportajes, o cualquier otra cuestión relacionada con los medios gráficos.

PRECIOS:

- Bodas:

Pack Estándar: 790€

Pack Medium: 1150€

Pack Premium: 1690€

- Comuniones, Bautizos, Cumpleaños, Eventos corporativos...:

Pack Estándar: 250€

Pack Medium: 420€

Pack Premium: 600€



Lilaluchs Photography

Prestan personalmente sus servicios fotográficos en Valencia para que los clientes se sientan a salvo de imprevistos, ellos mismos realizan todas y cada una de las fotografías.

Tienen la preocupación de que todo salga tal y como el cliente imagina – o incluso mejor. Antes de las bodas llevan a cabo sesiones pre-boda, en estas conectan con los clientes. Para empresas, citan previamente para hablar de lo que realmente la empresa necesita. Invierten tiempo en sus clientes, pues tienen claro que sin ellos no sería posible.

Llegado el día, se convierten en cómplices de sus clientes, los acompañan y están pendientes para que no se pierda ningún momento.

PRECIOS

- Bodas:

Pack Estándar: 760€

Pack Medium: 1090€

Pack Premium: 1550€

- Comuniones, Bautizos, Cumpleaños, Eventos corporativos...:

Pack Estándar: 210€

Pack Medium: 390€

Pack Premium: 510€



Art Único, Fotografía Creativa

Art único es la empresa fotógrafa por excelencia en la Comunidad Valenciana. Su objetivo es proporcionar a sus clientes la mayor satisfacción. Para ello disponen de un equipo consolidado de profesionales del más alto nivel liderados por la fotógrafa María Sáiz.

El equipo de Art Único está especializado en algunas de las más selectas áreas de la fotografía contemporánea y proponen la mejor solución a las necesidades de sus clientes. Una fotografía a la altura que inmortalice los momentos más especiales de su vida: bodas, bautizos, comuniones, eventos varios...

Todos sus trabajos son totalmente personalizados para que el resultado sea el reflejo de sus clientes. Cada uno de sus clientes es único, y como tal, cada uno de sus trabajos también lo es. Buscan que cada imagen proyecte algo más que la superficie, ahondando en el interior de la persona con fotografías espontaneas y frescas, con el fin de que estas reflejen también las sensaciones y el ambiente del momento.

Para conseguir todo esto combinan la fotografía con el diseño más personalizado, de manera que ambos impregnen cada uno de sus trabajos no solo del carácter de los clientes, sino también de emociones que hagan que sus recuerdos sean inolvidables.

PRECIOS

- Bodas:

Pack Estándar: 810€

Pack Medium: 1300€

Pack Premium: 1850€

- Comuniones, Bautizos, Cumpleaños, Eventos corporativos...:

Pack Estándar: 300€

Pack Medium: 520€

Pack Premium: 790€

3º.- DECORACIÓN



Promesse, Bodas & Eventos

Empresa especializada en la decoración de bodas y eventos. Su objetivo es proporcionar tranquilidad y seguridad en cualquier evento. Para ellos no hay evento demasiado grande ni demasiado pequeño. Tratan cada evento con el cariño y el mimo que le darían al suyo propio y con la profesionalidad que merece un acontecimiento tan importante.

Se encargan del diseño, la personalización y la decoración, contratando ellos a todos los proveedores.

PRECIO: A consultar



En una nube, decoración de eventos

En una nube tiene talento único para crear eventos completamente personalizados, inolvidables, refinados y con buen gusto. Expertas en estilismo a través de paletas de color, elección de tejidos, diseño floral, planificación del espacio, iluminación, etc. se encargan de que cualquier aspecto de la boda refleje la personalidad de los novios. Marta Pardo, diseña y decora sus eventos con impecable atención al detalle y con distinción, para que siempre sea una apuesta segura ponerse en sus manos.

Su punto fuerte es la decoración de bodas. Así que su misión es captar la idea que nuestros novios tienen y plasmarlo en realidad yendo más allá de lo que hubieran imaginado.

Se encargan de la decoración de eventos exclusivos diseñados como un todo que tengan como hilo conductor una inspiración o una paleta de color; y sobre eso empiezan a definir el contexto, las mantelerías, los arreglos florales, espacios personalizados, mesas dulces, seating plan, etc.”

PRECIO: A consultar



CEIBO

Alquiler de mobiliario & Ambientaciones

CEIBO, Alquiler de mobiliario y ambientaciones

Empresa dedicada al alquiler de mobiliario y todo tipo de elementos relacionados con la ambientación de un espacio, con el fin de poder complementar los proyectos de los clientes.

Intervienen o colaboran en el desarrollo del proyecto hasta donde se les requiera, muchas veces sólo alquilan el material que los clientes solicitan, otras veces también se encargan del montaje y también hacen la propuesta, si se pide, trabajando con esquemas de distribución a escala para darle al cliente una idea lo más aproximada posible de cómo quedará su espacio.

A CEIBO le gusta resaltar la palabra “ambientaciones”, porque además del mobiliario, les gusta darle un toque personalizado a cada evento, a través de accesorios

decorativos como ser cojines, telas, arreglos de mesa, velas, faroles, etc., jugando con diferentes combinaciones de colores y texturas.

PRECIO: A consultar

4º.- ANIMACIÓN



Mundo Diferente, Animaciones Infantiles

Mundo Diferente es una joven empresa valenciana creada en 2007, formada por un grupo multi-disciplinar de profesionales de la Animación Sociocultural, la Educación y el Tiempo Libre.

Siguen creciendo, desarrollando y creando "Diferentes" espacios y momentos de Participación Activa que favorecen las relaciones grupales y la comunicación entre las personas.

Su misión es animar, dar sentido, mover, motivar, dinamizar, acompañar, comunicar, formar, ayudar a crecer...

Trabajan esencialmente en dos líneas:

- Proyectos Educativos
- Fiestas y Eventos

Ofrecen un gran abanico de actividades, y garantizan atención personalizada, gran profesionalidad y calidad en el servicio, aspectos muy valorados por los clientes.

Sumergir a los más pequeños de una celebración en un mundo de fantasía e ilusión es posible en Un Mundo Diferente.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 90€

Pack Medium: Desde 140€

Pack Premium: Desde 200€



FotoRisa, Fotomatón sin cabina

FotoRisa, el fotomatón sin cabina! La herramienta perfecta para animar cualquier evento en cualquier lugar.

Generarás los momentos más divertidos y las fotos más espontáneas. Podrás llevarte cuantas quieras impresas en papel "ilimitadas" y de regalo un pen para que tengas absolutamente todas en formato digital.

La experiencia de FotoRisa en el mundo del evento garantiza el éxito de cualquier evento, ofrecen un servicio completo para que los clientes no tengan que preocuparse de nada: un operario realiza el montaje y desmontaje de la máquina y además, proporcionan todos los complementos necesarios para que tus fotos sean las más divertidas.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 195€

Pack Medium: Desde 250€

Pack Premium: Desde 450€



Tu música Valencia, música para eventos y celebraciones

Empresa especializada en música para eventos.

En TuMúsica Valencia trabaja para que cada celebración o evento cuente con la mejor banda sonora. Disponen de una gama de opciones muy variada para cubrir todas las necesidades. Ofrecen también un total asesoramiento, y te ayudan en la elección para conseguir la música que cada evento necesita.

Adaptan su extenso repertorio al gusto o necesidad del evento, tanto en estilo moderno como clásico, en modo instrumental o con cantante. Ordenan y preparan las selecciones ideales para cada tipo de evento.

Se adaptan y ajustan a cada presupuesto, ofreciendo diferentes opciones.

Trabajan en colaboración con gran número de profesionales de primer nivel, para

asegurar que cada evento sea un éxito y para garantizar la mejor calidad, siempre además al mejor precio.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 300€

Pack Medium: Desde 500€

Pack Premium: Desde 850€

5º.- TRANSPORTE

Limusinas Valencia

Limusinas y clásicos Levante

Limusinas Levante posee una amplia gama de coches clásicos y una flota de limusinas a su servicio. Tanto si se trata de una comida de compromiso, una cena de convenio, dar un simple paseo por la ciudad ofrecen el mayor número de posibilidades para disfrutarlo, sea cual sea su estilo.

A bordo de estos autos de lujo, el cliente podrá disfrutar de una divertida, y ante todo segura experiencia, siempre acompañada por un chofer uniformado y una plantilla de profesionales.

Entre la lista de actividades que realiza se encuentran las bodas, despedidas de soltero, comuniones, traslados al aeropuerto, reuniones, convenciones, ferias y todo tipo de eventos. Disponen para ello de una amplia flota de vehículos para bodas, eventos, cumpleaños y despedidas de solteros en Valencia. Hacen que la celebración de ese día especial sea agradable cumpliendo el sueño de llegar al evento en limusina.

Ofrece elegir entre varios modelos y plazas, desde 6 a 12 pasajeros.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 150€

Pack Medium: Desde 240€

Pack Premium: Desde 410€



Autocares Transvia es la empresa pionera del grupo Transvia. Desde su fundación en 1967, Autocares Transvia se ha convertido en una de las empresas líder dentro del sector del transporte de viajeros en la Comunidad Valenciana.

Su presencia no se limita a la Comunidad Valenciana ya que, cuentan con autocares en diferentes provincias españolas y en Portugal.

Con la experiencia que les avala, Autocares Transvia se ha adaptado a todas las necesidades de transporte de viajeros. Para conseguir este objetivo, han ido ampliando y modernizando los vehículos logrando tener una de las flotas más completas, seguras y confortables del sector.

Están especializados en el transporte individual de viajeros, transporte escolar, viajes nacionales e internacionales, viajes organizados, desplazamientos en bodas y eventos y transporte de personas con movilidad reducida. Todos estos servicios nos han posicionado como una de las compañías más importantes del sector.

Su objetivo: "La satisfacción de los clientes", se ha convertido en su seña de identidad. Es por ello que cada año miles de particulares y empresas confían en sus servicios para asegurarse un viaje cómodo, seguro y de calidad.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 355€

Pack Medium: Desde 460€

Pack Premium: Desde 590€



SIXT le ofrece una amplia selección de coches de lujo. Dispone de vehículos de alta gama de varias de las marcas más exclusivas del mercado como, por ejemplo: Ferrari, Aston Martin, Porsche, Mercedes, BMW, Audi, etc. Disfrute de los vehículos más distintivos y espectaculares del mercado con SIXT.

Un coche de alquiler de lujo no solo le ofrece la máxima calidad técnica y las últimas novedades tecnológicas, sino que también le ofrece los mejores niveles de seguridad y el máximo confort. Si al rendimiento del coche, le unimos el status y el prestigio que da conducir una de estas marcas tan reconocidas, con SIXT conducir un coche de lujo se convierte en una experiencia inolvidable.

PRECIOS

Pack Estándar: Desde 110€

Pack Medium: Desde 250€

Pack Premium: Desde 310€

Estos son los principales y más demandados servicios de EVENTOX, pues son comunes a la mayoría de eventos, pero como se lleva diciendo durante todo el proyecto, esta empresa busca la flexibilidad y la capacidad para adaptarse completamente a las necesidades de cada cliente, por muy extrañas que sean. Es por ello que si cualquier servicio demandado por algún cliente no apareciera en el catálogo, sería buscado y negociado por nuestros agentes hasta conseguirlo con las mejores condiciones de calidad y precio posible para que su día sea tal y como ellos desean.

IV.2. ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO es un análisis donde se referencian las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa consiguiendo con esto una fotografía de la situación de la empresa ante el mercado.

1.- DEBILIDADES.

Los puntos débiles internos que pueden dificultar el logro de los objetivos de la empresa son los siguientes:

- Liquidez escasa, en caso de necesidad de financiación y debido a la imposición de uno de los socios de no poner ningún bien en garantía difícilmente dispondremos de financiación bancaria.
- Escasos medios informáticos, cuenta con un ordenador básico y software gratuito.

- Empresa nueva en el mercado, debido a esto carece de la imagen de empresa solvente que tiene una empresa que ya está establecida.
- Solo se cuenta con un vehículo para la realización de las gestiones fuera de la oficina.
- Se cuenta con una oficina pero no con un almacén, lo cual precisa en determinados momentos tener que alquilarlo.

2.- AMENAZAS.

Las condiciones del entorno de la empresa que podrían afectar negativamente al desarrollo de su actividad serían:

- Las empresas competidoras que hemos identificado, ofrecen servicios similares a los nuestros y cuentan con más experiencia; están más establecidas en el mercado y son conocidas por el público objetivo.
- Debido a que el país está saliendo de una crisis económica, el gasto en celebraciones de eventos será de las primeras cosas que suprimirán.
- Dado que, como hemos dicho, tenemos una competencia establecida en el mercado, esto hace que sus clientes se fidelicen con ellos y nos hace más difícil la captación de estos clientes.
- Un entorno digital en continua evolución, hace que nuestros equipos informáticos se queden obsoletos de una forma más rápida.
- En los tiempos que corren, los bancos ponen difícil la concesión de créditos.

3.- FORTALEZAS.

Las características internas que pueden favorecer el desarrollo de la actividad de la empresa serían las siguientes:

- Debido a que se cuenta con local de un familiar como oficina, se paga poco de alquiler.
- Coste fijo muy bajo, dado que no se tiene ningún empleado contratado.
- Debido a que ambos socios son graduados en Administración y Dirección de Empresas, los costes de asesoría y gestoría son inexistentes.

- Dado que los socios vienen de una empresa de organización de empresas que cerró, la empresa cuenta con un importante fondo de comercio en el sector de eventos corporativos.
- El personal de la empresa, los dos socios, disponen de formación superior.
- Son eventos totalmente personalizados, donde se cumplen los deseos y las exigencias de los clientes.
- Flexibilidad en el horario laboral.
- Cuenta con un amplio listado de proveedores, lo cual permite el desarrollo de cualquier tipo de venta.
- Dado que los socios vienen de otra empresa, esta cuenta con el crédito de los proveedores, lo cual permite la realización de los eventos sin necesidad de utilizar mayores recursos económicos.

4.- OPORTUNIDADES.

Las situaciones externas de la empresa que pueden ayudar al cumplimiento de los objetivos de la misma, podrían ser:

- El desarrollo de las nuevas tecnologías permite a la empresa promocionarse a muy bajo coste, ya que se buscará captar clientes a través de internet y las redes sociales.
- La zona geográfica de actuación, la Comunidad Valenciana, ofrece enclaves únicos y exclusivos para la realización de todo tipo de eventos.
- Dado que ninguna de las empresas competidoras de la zona lo tiene, se ofrecerá la opción de realizar cualquier evento en un entorno natural realizando actividades de deporte de aventura.
- Se trabajará el fomentar el compañerismo entre los empleados de las empresas organizando dinámicas de grupo, jornadas de convivencia... para fomentar un buen clima laboral y la implicación en la empresa. Esto supone una oportunidad ya que este tipo de eventos no está siendo desarrollado por ninguna de las empresas de la competencia.

Como conclusión, se puede decir que según el análisis DAFO la puesta en marcha del negocio es viable, dado que debido al modelo de negocio en el que no se plantea la

financiación externa y los costes de desarrollo son muy bajos, las fortalezas y oportunidades de esta empresa, tienen más peso que las debilidades y amenazas.

V. PLAN DE MARKETING

En este apartado se desarrollaran tanto los objetivos del plan de marketing como las estrategias para alcanzarlos y el marketing-mix de la empresa. Para el análisis de este marketing-mix se profundizará en las características del producto, del precio, de la distribución y de la comunicación. Con todo esto se pretende determinar cómo la empresa afrontará su actividad en la zona de actuación, la Comunidad Valenciana.

V.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

Una vez examinadas mediante el análisis DAFO las amenazas y oportunidades del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa, se van a plantear los objetivos que se pretenden lograr a corto plazo.

El principal objetivo perseguido por la empresa es darse a conocer en su zona geográfica de actuación. Con esto se pretende ubicar a EVENTOX como una empresa innovadora en la prestación de este tipo de servicios y afianzarse con otros servicios en el mercado actual, consiguiendo consolidarse como un negocio de referencia en el sector de la organización y planificación de eventos tanto festivos como corporativos.

Dado que el número de empresas dedicadas a la organización y planificación de eventos en el área de la Comunidad Valenciana no es desmesurado, se procurará informar de la existencia de la empresa y de la diversidad de servicios que ofrece.

La idea es ubicar a EVENTOX en el mercado como una empresa profesional, segura, seria y responsable, que garantiza la planificación y organización de cualquier tipo de evento adaptándose a las necesidades de cada cliente.

El primer año que EVENTOX actúe en el mercado no se espera tener una gran aceptación, pues será indispensable ir consiguiendo la confianza de los clientes potenciales e instaurar un alto grado de satisfacción para mantener a aquellos clientes que han depositado su confianza en la empresa, es por ello que los porcentajes de la demanda que se puedan percibir durante los primeros años son precavidos y prudentes para no dar al traste con la viabilidad del proyecto emprendedor.

No obstante no se parte desde cero, pues debido a los 4 años de experiencia como agente en otra empresa de eventos, cerrada por la jubilación de dueño, y al mantenimiento de una estrecha relación con sus antiguos clientes, se considera que parte de su fondo de comercio puede ser derivado fácilmente al nuevo negocio.

El alcance de estos primeros objetivos, posibilitará al proyecto empresarial ser ambicioso y poder proyectarse en un futuro de crecimiento de la empresa ampliando tanto la oferta de servicios como la zona de actuación y el tipo de clientes final.

V.2. FIJACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Una vez establecidos los objetivos es necesario enunciar las estrategias específicas para poder llevarlos a cabo.

Según la ventaja competitiva buscada, la estrategia que deberá elaborar EVENTOX consiste en la diferenciación de sus servicios. Esta estrategia busca que la empresa en general, o alguno de sus componentes en particular, como organización, atención al cliente, calidad, seguridad... sean percibidos como únicos, tanto por parte de aquellos que contraten los servicios, como por parte de los que disfrutan de los eventos.

La empresa tiene como atributos clave para alcanzar una ventaja competitiva el ofrecer servicios únicos y exclusivos a sus clientes, adaptándose en cada fase del proceso de organización a lo que el cliente requiera, para hacer de su evento algo especial. La empresa, además, contará con un equipo de personas profesionales y cualificadas para prestar sus servicios, esto le permitirá diferenciarse de otras empresas que ofrezcan en sus catálogos servicios similares. Por este motivo, esta estrategia es la que más beneficia al cumplimiento de los objetivos y la que mejor se relaciona con la misión y visión de la empresa: ser un referente profesional facilitando a nuestros clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos, adaptándolos completamente a sus necesidades y a su presupuesto, otorgándoles comodidad y seguridad a la hora de realizar los mismos. Creando así, un evento personalizado y único para cada tipo de cliente.

Adicionalmente, se ofrece se ofrece un servicio que no se encuentra en el catálogo de ninguna de las empresas competidoras que se encuentran en nuestra área de actuación. Este servicio es el de la planificación y organización del evento que el cliente desee combinándolo con la realización de deportes de aventura como son el rafting, kayak, paintball en la naturaleza, descenso de barranco... Este tipo de deportes se está convirtiendo en todo un éxito, por ello se ha pensado que combinarlo con los eventos podría atraer a otro segmento de población aportando un gran valor añadido a la empresa.

Otro elemento diferenciador para EVENTOX respecto a las empresas competidoras será la organización de eventos donde se realizaran actividades lúdicas, dinámicas de grupo, jornadas de convivencia con empleados de empresas con el objetivo de fortalecer sus relaciones laborales y la implicación de estos en sus respectivas empresas.

El poseer cierta exclusividad en parte de los servicios que EVENTOX ofrece en la zona de actuación, la Comunidad Valenciana, la generación de lealtad no debería de ser muy compleja.

Para acabar, cabe hacer mención a las estrategias de crecimiento o inversión futura que la empresa piensa llevar a cabo en un futuro, una vez se haya obtenido el retorno de la inversión puesta por los socios emprendedores. Para ello se desarrollará una estrategia de diversificación encaminada tanto a ampliar la zona geográfica de actuación como los servicios que ofrece la empresa, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura a cualquier tipo de público al que se dirija.

V.3. MARKETING-MIX

Ahora que la empresa ha tomado su estrategia de marketing para competir en el mercado, debe de precisar los detalles del Marketing-Mix.

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, que se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación.

Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí.

V.3.1. Características del servicio

La empresa busca ofrecer a sus clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos de una forma exclusiva y personalizada, asesorándoles durante todo el proceso de los servicios que más se adaptan a sus exigencias y llevando un seguimiento y control del evento solicitado para que todo salga perfecto en ese día tan especial.

La empresa pondrá a disposición de sus clientes una serie de servicios, distinguiendo dos categorías de eventos:

- 1º.- Los eventos que podríamos denominar festivos o meramente lúdicos.
- 2º.- Los eventos corporativos dirigidos a empresas o profesionales.

A continuación se detallan los servicios pertenecientes a cada una de las categorías descritas.

1º.- EVENTOS FESTIVOS

EVENTOX ofrecerá a sus clientes la planificación y organización de todo tipo de eventos festivos que se puedan realizar durante la vida de una persona, como pueden ser bodas, bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños, etc. Para ello contará con el personal cualificado y los proveedores adecuados para poder llevarlo a cabo según sus necesidades.

Los principales servicios que se ofrecerán dentro del presente grupo serán los que se enumeran a continuación:

- **Bodas:** Este tipo de eventos va enfocado a parejas de cualquier rango de edad que quieran afianzar su relación. La definición y organización de este tipo de evento se llevará a cabo siguiendo los deseos y preferencias de los clientes que contraten este servicio. Una boda es una celebración que se puede realizar de diversas formas dependiendo de cuestiones como religión, costumbres, gustos de la pareja, modas... así, el objetivo de EVENTOX es adaptarse a ellas para que el evento acontezca tal y como los clientes demanden.

Para ello la empresa cuenta con 2 agentes especializados que se encargarán de recoger las exigencias de los clientes y mostrarles del catálogo de servicios de EVENTOX lo que más se adapte a ellas. Este catálogo mostrará tanto los servicios esenciales en una boda como son el catering, impresión de tarjetas, fotógrafo, decoración... como elementos adicionales para hacerlo más especial como son la contratación de grupos de música, alquiler de limusinas y coches antiguos e incluso ayuda para realizar la lista de bodas, encontrando todo lo que la pareja desee que aparezca en ella.

En todo momento serán los clientes los que elijan, para hacer un evento totalmente personalizado. Además, EVENTOX se encargara de garantizar el cumplimiento de todas estas exigencias con total seguridad, aportando tranquilidad a la pareja en su día especial.

- **Bautizos:** Esta clase de celebraciones tendrá como público objetivo a los padres de niños de 1 a 3 años de edad, etapa donde se suele realizar el acto bautismal.

Como en cualquier tipo de celebración, la planificación y organización de estos eventos se realizará siguiendo los gustos y preferencias de los clientes, así como respetando sus creencias y sus costumbres. Para ello nuestros agentes ofrecerán del catálogo de posibilidades las opciones que más se adecuen a sus exigencias, teniendo en cuenta este tipo de eventos. Aparte de los servicios convencionales, EVENTOX ofrecerá otro tipo de elementos como personalización de obsequios con la foto del recién nacido, como chapas, calendarios... para que los asistentes tengan un recuerdo especial de este día, algo que se ha convertido en tendencia en este tipo de celebraciones.

Todo ello se realizará con la seguridad y la confianza de contar con agentes con experiencia en el ámbito de este tipo de eventos.

- **Comuniones:** Esta clase de eventos abarca como público objetivo a padres con hijos de 7 a 9 años de edad, rango donde es costumbre realizar este tipo de celebraciones.

Como venimos diciendo en anteriores puntos, se planificará y organizará acorde a los gustos y preferencias de nuestros clientes. Los eventos de esta naturaleza cuentan con un gran porcentaje de niños como invitados, pues el protagonista de este día lo es y es costumbre invitar a los amigos, es por ello que los agentes especializados ofrecen, a parte de los servicios convencionales y comunes a demás eventos, servicios específicos para el entretenimiento de este tipo de público, como son animadores de cualquier índole (payasos, magos, teatro...), talleres de manualidades, alquiler de castillos hinchables... atendiendo siempre a los gustos del cliente.

Como es habitual EVENTOX se encargara del seguimiento y control de cada servicio contratado, logrando que todo salga como el cliente requiera en ese día tan especial.

- **Fiestas de cumpleaños:** Para este tipo de eventos se contará con un público objetivo que contemple todas las edades.

Como para todas las demás celebraciones, este tipo de eventos se realizará de acuerdo con las exigencias y necesidades de los clientes. Dado que las fiestas de cumpleaños abarcan todas las edades, dispondremos, por un lado de público infantil, cuyas fiestas contendrán elementos acordes con estas edades, como son payasos, personajes de sus series favoritas, alquiler de animales de granja, magos, alquiler de castillos hinchables... y un sinfín de posibilidades para este tipo de público.

Por otro lado encontramos fiestas de cumpleaños dirigidas a un público adulto, para ellas ofreceríamos aspectos como contratación de grupos de música, contratación de disc-jokers con su correspondiente equipo, contratación de camareros, decoraciones y alquiler de disfraces para fiestas temáticas, bailarines, figuras de hielo... y un sinfín de posibilidades según los gustos de los clientes.

Además de todo esto, se ofrecerían los servicios convencionales y comunes a todos los eventos somos el catering, invitaciones, transporte... Todo ello realizado por los agentes especializados y contando con los proveedores más adecuados para este tipo de celebraciones.

Por último, y como elemento diferenciador, se ofrecerían para público de a partir de 8 años, la celebración de fiestas relacionadas con deportes de aventura, ya que están en auge en estos tiempos. Esta idea consistiría en

desarrollar el montaje del evento en un espacio natural para, durante el desarrollo del mismo, combinarlo con actividades de deportes de aventura como son el rafting, barranquismo, kayak, paintball... por supuesto la temática de la fiesta, así como su desarrollo, sería acorde a las exigencias de nuestros clientes con la seguridad y la exclusividad que EVENTOX ofrece.

- **Otros eventos festivos.** Junto con los servicios clásicos descritos la empresa, teniendo en cuenta su política de flexibilidad en el ejercicio de su actividad también se prestaría a la organización de otro tipo de eventos festivos. En particular, podrían citarse los siguientes:
 - Despedidas de soltero.
 - Bodas de Plata/Oro.
 - Fiestas de graduación.
 - Fiestas de bienvenida de bebés.

2º.- EVENTOS CORPORATIVOS

Además de los eventos festivos, EVENTOX también realizará todo tipo de eventos que una empresa pueda ofrecer, como son inauguraciones, convenciones, presentación de productos o marcas... siempre teniendo en cuenta las necesidades de cada empresa contratante.

- **Inauguraciones:** Este tipo de eventos irá destinado a empresas que acaban de consolidarse en el mercado y buscan ser conocidas por sus agentes interesados en su zona de actuación.

Para ello son importantes cuestiones como fijar un día y hora que no coincidan con otros eventos, para no eclipsarlo; crear una lista de invitados que vayan a aportar valor a la empresa, hay que aprovechar este tipo de eventos para crear nuevas relaciones laborales; elaborar un programa del evento, donde se detalle cómo se va a desarrollar; regalar algún obsequio con la imagen de la empresa, para que los asistentes tengan un recuerdo e incluso la contratación de un fotógrafo para inmortalizar cada momento.

Todo ello será asesorado por los agentes especializados siempre adaptándose a los deseos y exigencias de cada empresa.

- **Convenciones:** Este tipo de eventos es realizado por las empresas para establecer pautas a seguir de la misma, nombrar delegados o representantes...

En cualquier modo EVENTOX ofrecerá todo lo que estas empresas necesiten para llevarlo a cabo, tanto los servicios más convencionales como son el catering, contratación de azafatas, impresión de invitaciones, contratación de equipo de sonido... como otras más específicas como búsqueda de alojamiento para los que vengan de fuera, transporte para llegar hasta allí, actividades a realizar... los agentes especializados se encargarán de realizar todo esto utilizando los proveedores más adecuados para cada caso y buscando siempre la satisfacción de la empresa.

- **Presentación de productos o marcas:** Este tipo de reuniones son desarrolladas por empresas que quieren dar a conocer un nuevo producto o marca en el mercado.

Para ello es importante que estas compañías despierten el interés del público y se muestren como una diferencia. EVENTOX les ayudará en esto con la realización de un evento exclusivo para ello, siempre buscando lo que más se adapte a cada una para reflejar perfectamente a través del evento la imagen que quiere dar esta empresa a su público objetivo.

- **Dinámicas de grupo:** Este tipo de eventos ira dirigido a empresas que quieran fortalecer las relaciones entre el personal de la misma.

EVENTOX se encargará de realizar dinámicas de grupo, jornadas de convivencia y actividades enfocadas a afianzar las relaciones entre los empleados e incrementar su implicación en la empresa con el objetivo de aportar valor añadido a la misma.

Esta clase de actividades es un elemento diferenciador de EVENTOX pues no lo realiza ninguna empresa de la competencia en la zona de actuación.

- **Otros eventos corporativos.** Junto con los servicios descritos la empresa, también podría organizar cualquier de otro tipo de eventos corporativo que se le requiriese. En particular, podrían citarse los siguientes:
 - Congresos
 - Convenciones
 - Aniversarios de empresas
 - Seminarios
 - Cenas de empresa

V.3.2. Estrategia de precio

Debido al amplio espectro de mercado que se pretende atender y a que uno de los objetivos de EVENTOX es adaptarse tanto a los deseos y exigencias de cada cliente como a sus presupuestos, se determinan unas políticas de precios amplias para cada uno de los segmentos de mercado que se pretende atender.

Para ello, en el catálogo que se les mostrará a los clientes con los diferentes servicios que EVENTOX ofrece para cada tipo de celebración, aparecerán desglosados por precios, atendiendo a la gama que sea contratada. De esta forma el cliente podrá decidir en qué tipo de servicio quiere invertir más o menos dinero, adaptándolo todo lo posible a su presupuesto.

Así, después de realizar estudio de mercado dónde se determinan las necesidades para los distintos tipos de eventos, así como sus precios, se ha elaborado un catalogo de precios para cada tipo de servicio que va a ofrecer la empresa que como se recordará son los siguientes:

- Catering
- Fotografía
- Decoración
- Animación
- Transporte

Para la obtención de los precios se ha evaluado tanto los precios de las empresas competidoras, como los precios de los proveedores que suministren los servicios que los clientes demanden, ambas variables han analizadas en el capítulo IV de este TFG.

En vista de lo anterior los precios por cada uno de los citados servicios quedan establecidos del modo siguiente:

1º.- CATERING

A continuación, en la siguiente tabla, se detallan los precios de los distintos menús que ofrecen los proveedores de catering asociados con EVENTOX:

TABLA 5.1.: Desglose de precios del servicio de catering

	Menú Estándar	Menú Medium	Menú Premium
 Catering AIRE Valencia	35€	80€	150€

 Ancora Catering Valencia	30€	55€	95€
 La Bambina Catering, Bodas Camperas	25€	40€	65€

FUENTE: Elaboración propia

La diferenciación entre las distintas gamas de menú se debe a cuestiones como cantidad de comida, grado de elaboración de los platos, número de platos por menú y local. Así mismo también se ofrecerá la posibilidad de diseñar el menú a medida ofreciendo un precio cerrado del mismo. Esta opción permitirá mejorar el mix de margen debido a que esta fuera de las posibles ofertas comparativas de la competencia.

2º.- FOTOGRAFÍA

Para este servicio cabe desglosar los eventos en dos grupos. Por un lado en el grupo uno se encuentran las bodas. Por otro lado, en el grupo dos está todo lo demás, incluyendo bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños y demás eventos corporativos.

Los trabajos adicionales se ofertarán según tarea. Además cabe destacar que los clientes podrán negociar sus propios packs en relación con sus exigencias, para que tengan lo que ellos realmente desean.

a).- Bodas:

A continuación, en la siguiente tabla se muestra el desglose de precios de los packs de fotografía que EVENTOX ofrece para la celebración de las bodas:

TABLA 5.2.: Desglose de precios del servicio de fotografía bodas

Pack Estándar	Pack Medium	Pack Premium
---------------	-------------	--------------

 <p>Maribel Server, Fotografía y Comunicación</p>	790€	1150€	1690€
 <p>Lilaluchs Photography</p>	760€	1090€	1550€
 <p>Art Único, Fotografía Creativa</p>	810€	1300€	1850€

FUENTE: Elaboración propia

Para el primer grupo los packs incluyen:

PACK ESTANDAR:

- Preparativos de la novia
- Ceremonia
- Banquete + Baile
- Mini-sesión pareja
- Slideshow con todas las fotos
- USB 3.0 16GB con la obra fotográfica
- Transporte hasta 100km (resto 0.3€/km)

PACK MEDIUM:

- Preparativos del novio y de la novia
- Ceremonia
- Banquete + Baile
- Mini-sesión pareja
- Libro minimalist 30x30 100 páginas
- USB 3.0 16GB con la obra fotográfica
- Transporte hasta 100km (resto 0.3€/km)

PACK PREMIUM:

- Pre-boda

- Preparativos del novio y de la novia
- Ceremonia
- Banquete + Baile
- Mini-sesión pareja
- Álbum papel químico 30x40 60 paginas
- USB 3.0 16GB con la obra fotográfica
- Transporte hasta 100km (resto 0.3€/km)

b).- Comuniones, bautizos, cumpleaños y demás eventos corporativos:

A continuación, en la siguiente tabla se detalla el desglose de precios para los packs de fotografía que EVENTOX ofrece para la celebración de comuniones, bautizos, cumpleaños y demás eventos corporativos.

TABLA 5.3.: Desglose de precios del servicio de fotografía resto de eventos

	Pack Estándar	Pack Medium	Pack Premium
 Maribel Server, Fotografía y Comunicación	250€	420€	600€
 Lilaluchs Photography	210€	390€	510€
 Art Único, Fotografía Creativa	300€	520€	790€

FUENTE: Elaboración propia

Los diferentes packs que se ofrecen en el catálogo son los siguientes:

- **PACK ESTÁNDAR:** Fotógrafo durante el evento + fotos en USB

- PACK MEDIUM: Fotógrafo durante el evento + fotos en USB + álbum de fotos
- PACK PREMIUM: Fotógrafo durante el evento + fotos en USB + álbum + montaje de video del evento

3º.- DECORACIÓN

En la siguiente tabla se muestra la forma en la que se calculará el precio para el servicio de decoración. Dado que este depende tanto de la cantidad de las cosas que quieran decorar como de la calidad de los elementos necesarios para ello no se puede establecer un pack, es por ello que se realizara a cotizar según lo contratado.

TABLA 5.4.: Desglose de precios del servicio de decoración

	Pack Estándar	Pack Medium	Pack Premium
 Promesse, Bodas & Eventos	A cotizar	A cotizar	A cotizar
 En una nube, decoración de eventos	A cotizar	A cotizar	A cotizar
 CEIBO, Alquiler de mobiliario y ambientaciones	A cotizar	A cotizar	A cotizar

FUENTE: Elaboración propia

Esta partida debido a su amplia variedad de opciones se valorará operación a operación según el detalle de la misma.

4º.- ANIMACIÓN

A continuación, en la siguiente tabla se detallan los precios correspondientes de los distintos packs que ofrece evento para los servicios de animación:

TABLA 5.5.: Desglose de precios del servicio de animación

	Pack Estándar	Pack Medium	Pack Premium
 Mundo Diferente, Animaciones Infantiles	Desde: 90€	Desde: 140€	Desde: 200€
 FotoRisa, Fotomatón sin cabina	Desde: 195€	Desde: 250€	Desde: 450€
 Tu música Valencia, música para eventos y celebraciones	Desde: 300€	Desde: 500€	Desde: 850€

FUENTE: Elaboración propia

El desglose de este tipo de servicios según las diferentes gamas se debe a cuestiones como el número de personal contratado, el tipo de infraestructuras requeridas, el número de horas contratadas y el equipo de imagen iluminación y sonido necesario. Es por ello que se ha valorado según precios de partida de los diferentes servicios.

5º.- TRANSPORTE

A continuación, en la siguiente tabla se detallan los precios para los distintos servicios de transporte que EVENTOX ofrece para sus celebraciones:

TABLA 5.6.: Desglose de precios del servicio de transporte

	Estándar	Medium	Premium
 Limusinas y clásicos Levante	Desde: 150€	Desde: 240€	Desde: 410€
 Autocares Transvia	Desde: 355€	Desde: 460€	Desde: 590€

	Desde: 110€	Desde: 250€	Desde: 310€
---	-------------	-------------	-------------

FUENTE: Elaboración propia

La división en gamas de este tipo de servicios se debe a aspectos como tipo de vehículo contratado, duración de trayecto, extras a incluir en el vehículo como botellas de cava, música...

Estos son los principales servicios ofrecidos por EVENTOX, dado que son comunes a todos los eventos, pero cabe decir que en el catálogo aparecerán desglosados por precios cada uno de los servicios ofrecidos por la empresa, y si alguno de los servicios demandados no apareciera en el catálogo los agentes se encargarían de buscarlos y negociarlos para encontrar el mejor precio para cada una de las gamas.

En cuanto a la política de cobros se pretende trabajar con riesgo cero, en consecuencia, antes de contratar las compras inherentes a la operación, el coste de la misma debe haber sido cobrado, dejando pendiente a la finalización del evento, a lo sumo el beneficio. No obstante el objetivo deberá ser cobrarlo todo por anticipado.

Es por ello que también, se ofrecerá la posibilidad de aplazar los pagos de los eventos mediante un sistema de financiación que ya se ha pactado con la entidad CaixaBank, pues la experiencia contraída en la anterior empresa indica que un 30% de las operaciones se realizan con el pago aplazado, siendo esto un buen incentivo de venta.

Para realizar la financiación mediante este sistema el cliente deberá a portar datos relativos a su riesgo (nominas, propiedades, RAI...). A partir de aquí se rellenará un formulario con los mismos y se enviará a la entidad financiera. Si la operación es favorable se procede a la firma de los documentos y al abono en cuenta del importe.

Este sistema tiene la ventaja de que aporta liquidez a la empresa pues en definitiva lo que se está haciendo es trabajar con el dinero del cliente, con esto la empresa puede obtener descuentos de pronto pago, ya que se dispone del dinero, a la vez que minora la utilización de una póliza de crédito.

V.3.3. Estrategia de distribución

Para la elección del tipo de canal de distribución han intervenido numerosos factores: la clase de servicio que la empresa ofrece, las particularidades del usuario final, la imagen que la empresa procura proyectar y el contacto que se va a realizar con los clientes.

En vistas de todos ellos, se ha establecido que el canal de distribución idóneo sea el directo, de forma que sólo la empresa va a intervenir en el proceso de venta. EVENTOX tendrá contacto directamente con el cliente, ofreciéndole todos los servicios de los que la empresa dispone, aclimatándose a sus necesidades, dándole ideas y haciendo un seguimiento durante todo el proceso para que el evento salga tal y como el cliente había imaginado, garantizándole confianza y seguridad.

El uso de este tipo de canal tiene varias ventajas:

- La empresa será la responsable de establecer el precio de sus servicios, teniendo la posibilidad de negociar con los proveedores lo más ventajoso para ambas partes
- Se incidirá en la excelente presentación del presupuesto-proyecto, el cual se maquetará utilizando nuestras herramientas informáticas, dando con esto una sensación muy favorable de calidad.
- La empresa analizará el área geográfica de actuación donde pretende actuar, así podrá aclimatarse a su público objetivo y podrá ofrecerles los servicios más adecuados.
- EVENTOX podrá obtener información relativa a usuarios, zonas, gustos, competencia, mercado... para posteriormente poder analizarla y aplicarla a la empresa.
- Para el cliente es más fácil acceder a la información relativa a la oferta de servicios de la empresa, haciendo más sencilla la contratación de estos.
- A través de este tipo de canal de distribución, la empresa se convierte en la máxima responsable de la proyección de la imagen de ésta, por lo que se tiene que esforzar todo lo posible en este sentido.

Por otro lado, la empresa contará con una oficina física donde sus clientes podrán acudir tanto a contratar los servicios que desee como para pedir toda la información relativa a su evento.

Además contará con una página web donde se podrá encontrar información detallada de la empresa así como los servicios que ofrece, galería fotográfica de los eventos realizados, contacto, solicitud de presupuestos...

También estará presente en los eventos realizados, dejando tarjetas con los diferentes contactos de la empresa en cada evento, para que los invitados estén informados de que empresa lo ha organizado. De esta forma si alguno de los invitados quiere organizar un futuro evento, tengan en consideración a EVENTOX para planificarlo.

Los clientes que quieran contactar con la empresa para contratar los servicios podrán hacerlo tanto directamente en nuestra oficina, como por vía telefónica o a través de nuestra página web. Una vez se hayan puesto en contacto, hablara con uno de los agentes para concretar una reunión en la que precisar los detalles del evento a realizar.

Una vez todas estas acciones realizadas vayan dando sus frutos, se espera que funcione el “boca a boca” entre los clientes de modo que sirva para poder alcanzar mayores cuotas de mercado.

V.3.4. Estrategia de comunicación

En lo referente a las acciones de comunicación que tiene que realizar la empresa, estas deberán estar enfocadas a atraer clientes y a favorecer la imagen de la empresa.

Así ésta deberá llevar a cabo una estrategia de comunicación acorde con el tipo de servicio que ofrece y con el tipo de público al que se dirige.

Además deberá trasmitir los valores de la misma como son confianza, seguridad, exclusividad y sobre todo profesionalidad, ya que la empresa está formada por dos agentes cualificados y con experiencia en la planificación y organización de eventos.

Debido al presupuesto que se puede destinar a publicidad, que va a ser reducido, y después de las conclusiones que hemos extraído de las jornadas de formación realizadas en un centro de formación postgrado correspondientes a promoción de nuevos negocios, se entiende que el foco debe ponerse en las redes sociales, principalmente en Facebook, la red social más utilizada.

Este método se ha estado utilizando los dos últimos años en el anterior negocio, siendo muy fructíferos sus resultados, por lo tanto sin ningún tipo de duda la acción más adecuada para la promoción del negocio es el uso intensivo de Facebook. Será muy importante en Facebook las valoraciones de los clientes que aparezcan en la página, pues servirán de referencia para posibles clientes futuros. Así se intentará por todos los medios que estas valoraciones sean los más favorables posibles por el bien de la empresa.

Así mismo también, como no puede ser de otra forma, se comunicará verbalmente al círculo de amistades y familia de los socios, el inicio de la actividad. Pero sobretodo la publicidad más importante será el dejar satisfechos a los clientes, ya que se hará valer el dicho de marketing de “un cliente satisfecho se lo dice a 3, y un cliente insatisfecho se lo dice a 10”.

Así se procurará intensamente que los clientes sean totalmente de la parte de los satisfechos, ya que el boca a boca es una de las publicidades más poderosas que existen. Para ello se realizarán encuestas aleatorias de satisfacción pasados unos días

del evento, con ello, se podrá saber los posibles fallos para poderlos rectificar, consiguiendo con esto la excelencia.

Por último, como ya se ha mencionado, se utilizarán los eventos que se vayan realizando para hacer publicidad de EVENTOX. En estos se dejarán tarjetas con el contacto para que los invitados, que están viviendo una experiencia bajo la organización de la empresa y pueden saber de primera mano cómo trabaja, puedan tenerla en consideración en próximos eventos que tengan que realizar. Es por ello que la empresa tendrá que dar en cada uno de los eventos que realice una imagen impecable, haciendo que cada uno de los servicios contratados se efectúe a la perfección.

Con estos métodos descritos la empresa procurará comunicar su imagen, intentando alcanzar el mayor público posible para poder ir creciendo cada día más hasta llegar a ser un referente en el ámbito de la organización de eventos en su zona de actuación, la Comunidad Valenciana.

VI. ANÁLISIS TÉCNICO

En este apartado se detallara todo lo necesario para la puesta en marcha del proyecto. En primer lugar se analiza la localización idónea para el establecimiento de la oficina de la empresa. A continuación se detallaran las obras necesarias a realizar en la vivienda donde se va a ubicar la oficina, así como todas las inversiones en equipamiento necesarias para el desarrollo de la actividad. Después se detallara una descripción de los socios además del organigrama de la empresa. Para terminar se explicara la forma jurídica, el proceso de constitución y puesta en marcha y la contratación de un seguro de responsabilidad civil necesario para el desarrollo de la actividad.

VI.1. LOCALIZACIÓN

El negocio tendrá su sede en la ciudad de Sagunto, provincia de Valencia. Concretamente se ubicará en un local sito en la Plaza Cronista Chabret nº16 de la citada localidad.

Los motivos que justifican la elección de esta sede son varios.

En primer lugar, conviene recordar que la zona de actuación de la empresa es la Comunidad Valenciana, y Sagunto se encuentra en el epicentro de la misma, facilitando a los clientes el acudir a las oficinas y permitiendo a los agentes acudir a cada punto donde se encuentren los clientes de una forma más sencilla.

En segundo lugar, otro de los motivos por los cuales se elige esta ubicación es que la residencia de los socios también está ubicada en la misma población, Sagunto. Esto supone una reducción importante en los costes de transporte de los socios.

Además de lo anterior, una parte importante del mercado potencial de la empresa y sus relaciones con clientes, están concentradas en las proximidades de Sagunto. Esto se debe a que la empresa en la que trabajaban las socias estaba ubicada por la zona, y los clientes de dicha empresa que eventualmente podrían formar parte de la cartera de la nueva sociedad.

El último de los motivos por el cual se dispone de este local es que representa un bajo coste para la empresa, ya que es propiedad de la familia de uno de los socios y sólo se le cobra a la empresa la mitad del alquiler de lo que se pediría por un inmueble de esas características.

En cuanto a las características del local, interesa señalar que hasta ahora su uso ha estado destinado a vivienda de modo que no se trata de un local comercial habilitado para dichas funciones. Sin embargo, esta circunstancia no es relevante, por el momento, ya que el contacto con los clientes se realizará al principio mediante visitas personales.

Evidentemente la imagen que se presenta de cara al cliente es de más seguridad si este ve un bajo comercial con unas instalaciones bien preparadas, pero de momento

hay que empezar con los recursos que se dispone. Así, aunque no sea necesario el tener un bajo comercial, uno de los objetivos que tendrá EVENTOX a largo plazo, cuando la empresa adquiera volumen suficiente como para atender los pagos que representaría el mantenimiento de un bajo comercial, será el traspaso de la empresa del piso en el que opera a uno de estos bajos. Simplemente por el hecho de causar una mejor imagen los clientes y proyectar más confianza y seguridad.

VI.2. DIMENSIÓN DEL NEGOCIO

A continuación se hará un análisis de las obras necesarias para tener el local a punto para recibir a los clientes, así como el equipamiento que se va a necesitar para el día a día de la empresa con su correspondiente calendario de inversiones.

VI.2.1. Obras necesarias

Como ha quedado reflejado en el apartado anterior, el local que ha de cumplir las funciones de sede de la sociedad no es propiamente un local comercial sino que su uso ha sido destinado a vivienda.

Por ello, surge la necesidad de acondicionarlo para adaptarlo a las funciones que debe cumplir en el momento en que se inicie la actividad de la empresa. Además, se trata de una vivienda de cierta antigüedad por lo que son necesarias varias reformas para adecuarla a la actividad y para que la empresa pueda proyectar una imagen de profesionalidad y seguridad.

En este apartado se detallaran las obras necesarias así como el coste que va a suponer para la empresa. La adecuación de la vivienda que emplearemos para realizar la actividad requiere unas pequeñas reformas consistentes en:

- Reforma del **baño**, ya que este tiene que tener un aspecto decente pues es posible que sea utilizado por nuestros clientes cuando vienen directamente a contratar nuestros servicios. Valorado en 2000€.
- Se adaptará la **instalación eléctrica**, atendiendo a las necesidades de la empresa, con los correspondientes enchufes tanto eléctricos como de datos. Valorado en 1150€.

- Se **habilitará una pared para poder proyectar** las presentaciones de los eventos a los clientes, mediante el correspondiente proyector que detallaremos más adelante. Valorado en 280€.
- Se instalará un **sistema de climatización** mediante dos aparatos tipo Split pared bomba de calor, con clase energética A+++ (muy bajo consumo) lo que resolverá las necesidades de refrigeración y calefacción de las dependencias proporcionando un ahorro energético. Valorado en 1500€.
- La **iluminación** será toda instalada de tipo LED ya que, como se ha dicho antes, una de las cosas a tener en cuenta es el ahorro energético. El ahorro energético de un LED viene dado por dos condiciones fundamentales: la primera, su gran rendimiento lumínico y la segunda, su bajo aporte calórico, lo cual representa un beneficio en el consumo eléctrico. Valorado en 520€.
- Dado que se trata de una vivienda antigua, el **aislamiento de los muros** exteriores es prácticamente inexistente, para ello se colocará un aislamiento consistente en 8 cm de espesor de poliestireno extruido, sobre el que se panelará con láminas de cartón yeso tipo pladur. Valorado en 1080€.
- Dada la antigüedad de la vivienda las **ventanas** están estropeadas. Estas quedaran resueltas mediante ventanas de pvc oscilo-batientes, que nos permitirá abrirlas en dos posiciones, y los cristales serán de tipo climalite, los cuales nos proporcionaran un mayor aislamiento. Valorado en 1120€.

Con estas dos acciones el tratamiento que se le está dando al aislamiento es motivado por dos aspectos importantes, uno es el ahorro energético que producirá el mismo y otro es la mejora en el confort que produce tener una pared bien aislada tanto acústica como técnicamente.

- Por último se **pintará la vivienda**. Para ello se comprará pintura y será pitada por los socios, ahorrando así la mano de obra de los pintores. Pintura valorada en 100€.

Para la obtención de los precios anteriores se ha realizado una consulta aun especialista en la realización de obras. Para ello se le detallo todo lo que estaba pensado para la reforma de la vivienda y se le pidió presupuesto de ello.

VI.2.2. Equipamiento

El equipamiento necesario para el inicio y desarrollo de la actividad de la empresa incluye los elementos que se describen a continuación.

Para mayor claridad en la exposición se clasifica el equipamiento necesario para el inicio de la actividad entre material informático y mobiliario de oficina.

a).- En lo que se refiere al **MATERIAL INFORMÁTICO**, será necesario adquirir lo que a continuación se relaciona:

1.- Escáner de documentos marca Epson, modelo GT-1500, este tiene las siguientes características:

-
- Escaneado rápido: Escanea hasta 18 ppm en negro y 12 ppm en color.
- Alta productividad: El alimentador automático de documentos maneja hasta 40 hojas a la vez.
- Trabajo fácil: Los controles se pueden personalizar para escanear con un solo botón.
- Tecnología ReadyScan: Comienza a trabajar al instante pero con menos energía.

Su precio será de 180€ y su vida útil de 6 años.

2.- Impresora láser formato A3 marca HP, modelo LaserJet Pro P1102, esta contará con las siguientes prestaciones:

- Impresión profesional en blanco
- Obtener la primera página en tan solo 8,5 segundos con el modo de ahorro de energía (apagado automático) con la tecnología de encendido instantáneo.
- Instalación rápida, no se requiere CD con HP Smart Install.
- Ahorro de energía con la tecnología de encendido/apagado automático HP que detecta su actividad de impresión, para encender y apagar la impresora automáticamente.
- Ahorro de espacio con una impresora ultra-compacta (dimensiones: 349 x 238 x 196 mm)

Su precio es de 79€ y su vida útil de 10 años.

3.- Impresora láser formato A4, marca Canon, modelo PIXMA Ip7250, la cual contará con las siguientes características:

- Equipo fotográfico de 5 tintas de alto rendimiento con Wi-Fi
- Formato A4
- B/N 15 páginas por minuto, color 10 páginas por minuto.
- Impresión rápida con calidad de laboratorio fotográfico

- Diseño de perfil bajo con bandejas de papel integradas
- Impresión móvil y Apple AirPrint
- Software My Image Garden

Su precio es de 68.60€ y su vida útil de 10 años.

4.- **Dos ordenadores de sobremesa** marca HP, modelo 110-525nam Desktop Bundle, con las siguientes características:

- Factor de forma: Microtorre
- Dimensión de pantalla: 20 pulgadas
- Capacidad del disco duro 1000GB
- Número de procesadores: 4
- Dimensiones del producto: 38.5x16.8x36.6 cm
- Velocidad del procesador: 2.41 GHz
- Potencia eléctrica: 65 vatios

Ambos ordenadores contarán con Windows 10 y estarán equipados con el correspondiente software tanto de ofimática (Microsoft office) como de diseño gráfico (Photoshop) y de contabilidad (ContaPlus). Así mismo también llevarán instalados programas de dibujo CAD por si fuera necesario proporcionar a los clientes una idea de cómo se desarrollara su evento en un plano. Instalar todo este software tendrá un precio de unos 1200€.

Su precio es de 638€, pero dado que son necesarios dos, uno para cada socio, el precio ascenderá a 1276€. Además habría que sumarle 1200€ más por la instalación del software, de modo que el total ascenderá a 2476€. Su vida útil será de 8 años.

5.- **Proyector** marca Quarice, modelo Mini UC46. Este proyector cuenta con las siguientes prestaciones:

- Función de corrección trapezoidal vertical deslizante ± 15 grados. Hay una palanca en la parte inferior, se puede ajustar el ángulo de proyección del dispositivo. Se reduce el tiempo y el esfuerzo de ajuste, para lograr una proyección rápida.
- Alta calidad Brillo: 1200 lúmenes / Contraste: 800: 1 / resolución física: pantalla 800 * 480 de resolución máxima: 1920 * 1080. No es ningún problema si es en un cuarto o habitación oscura.
- Pequeño y ligero. Tamaño: 200 * 153 * 67,5mm, peso: unos 1 kg. Almacenamiento y portabilidad es fácil, se puede instalar en varios lugares.

- Pantalla grande. Distancia de proyección es de aproximadamente 1 m ~ 4m. Tamaño de la pantalla por la distancia de proyección, 50 pulgadas a 1,5 m / 100 pulgadas a 2,8 m /130 pulgadas a 3,5 m.
- Smart Wifi Conexión. Wifi LED Proyector de Quarice es la última versión del proyector. Puede mostrar los videos o fotos en su móvil / smartphone / tablet / ordenador en la pared o pantalla de cine por conexión de WIFI Sin cables.

Su precio es de 78€ y su vida útil está establecida en 6 años.

6.- **Dos ordenadores portátiles** marca HP, modelo 250 G4. Este tipo de ordenador será utilizado por nuestro agentes cuando tengan que atender a los clientes fuera de la oficina y contendrá las siguientes características:

- Procesador Intel Core I3-5005U 2 GHz, 3 MB de cache, 2 núcleos
- Memoria interna de 4 GB DDR3L-1600 SDRAM
- Disco duro SSD M.2 de 128 GB
- Pantalla de 15.6" 1366 x 768 píxeles, con retroiluminación LED
- Gráficos Intel HD Graphics 5500

Su precio es de 376€, dado que se necesita un ordenador portátil para cada agente, esta partida ascenderá a 752€ teniendo una vida útil de 5 años.

b).- En cuanto al MOBILIARIO será necesario adquirir:

1.- **Dos escritorios de esquina** con espacio de almacenaje con las siguientes características:

- Escritorio angular de líneas claras de color blanco
- Con dos cajones y mucho espacio para guardar cosas
- Hecho de robusta placa MDF que se limpia fácilmente
- Montaje rápido y sencillo con el manual
- Material: MDF con melamina

Su precio es de 108€, puesto que serán necesarios dos escritorios su presupuesto ascenderá a 216€ y tendrán una vida útil de 12 años.

2.- Un **Armario de oficina** marca Kemen, para almacenar la contabilidad, presupuestos y contratos, documentos con las administraciones... que se ajuste a las siguientes características:

- Medidas: 144 x 80 x 45 con
- Estructura metálica en color gris
- Puertas abatibles laminadas

- Incluyen tiradores en acero
- Incluye tres estantes metálicos en color negro, regulables.

Su precio es de 109€ y su vida útil de 12 años.

3.- **Dos sillas de oficina** marca Miadomodo que cuentan con las siguientes características:

- Funda de cuero artificial
- Carga máxima: hasta 120 kg
- Altura ajustable
- Mecanismo de control de la inclinación
- Resorte de gas de seguridad

Su precio es de 63€. Dado que necesitamos una silla para cada socia, esta partida ascenderá a 126€. Su vida útil será de 5 años.

4.- En cuanto a la **conexión wifi**, será contratada a través de una empresa local llamada CableSagunto. El desembolso inicial ascenderá a 20€ por el router y el montaje del mismo y la tarifa elegida asciende a 40€/mes.

5.- Por ultimo encontramos el **material de oficina** como son papeleras, grapadoras, archivadores, packs de folios, bolígrafos... se estima que el presupuesto en esta partida ascenderá a unos 150€.

Así, todo el equipamiento necesario para la puesta en marcha del proyecto asciende a las cifra de 4254.6€.

VI.2.3. Calendario de inversiones

En este apartado se detallarán todas las obras y el equipamiento necesario para la puesta en marcha del negocio, según los días que se tarden en la realización y el montaje de las mismas.

Cabe añadir que se ha intentado compactar lo máximo posible este proceso con tal de iniciar cuanto antes la actividad de la empresa, así, según las previsiones, la oficina podría estar preparada en un plazo de 6 semanas desde el inicio de las obras. Todo esto queda plasmado en la tabla que se muestra en el ANEXO 2.

VI.3. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

En este apartado se describirá a los socios de la empresa, detallando tanto las funciones a realizar por cada uno de ellos como las aptitudes que poseen. Además se realizará un organigrama de la empresa para comprender mejor el puesto de cada socio.

VI.3.1. Organización: Socios

En sus inicios, EVENTOX será una pequeña empresa que estará formada por dos socios, con las aptitudes técnicas y personales que se necesitan para poder iniciar este tipo de negocio.

Como ya se ha señalado al inicio de este trabajo los dos socios se conocen y entre ellos existe una relación de confianza. Además ambos han trabajado con anterioridad en la misma empresa de la cual provienen, planificando y organizando juntos diversos eventos similares a los que se realizarán con esta empresa.

De ahí que cada uno de ellos conozca las fortalezas y debilidades del otro y la aportación individual que pueden hacer a la empresa. Esta relación tan estrecha ha posibilitado que el proyecto esté bien pensado y les permita una colaboración total.

Conviene recordar que la idea de este proyecto surge cuando la empresa en la que ambos socios estaban trabajando con anterioridad, dedicada también a la planificación y organización de eventos, anunció su cierre debido a la jubilación del empresario y a la no continuación por parte de los hijos de éste en el negocio.

Así, a partir de la experiencia que han ido cogiendo en el negocio a lo largo del tiempo y al tener un hueco de mercado provocado por la desaparición de la citada empresa, los socios se han propuesto la creación del negocio objeto del presente trabajo final de grado para prestar los servicios de planificación y organización de eventos en el área de actuación de la Comunidad Valenciana, y cubrir así ese hueco de mercado que queda libre.

Dicho esto, las razones y motivaciones para el emprendimiento de este negocio son muchas y diversas pero sobretodo destacan la iniciativa, las ganas de trabajar, la vocación, y el deseo de ofrecer un tipo de servicio único y exclusivo en su zona de actuación.

Las funciones y competencias que requiere este negocio son muy variables, dado que ambos agentes tienen que saber tanto trabajar con los clientes, como negociar con los proveedores y realizar las funciones de administración que requiera la empresa.

Conviene recordar que los dos socios tienen el perfil idóneo para llevar a cabo este proyecto tanto por la formación que poseen como por la experiencia que han adquirido en la anterior empresa, dedicada también a la organización de eventos.

En concreto la empresa cuenta con dos socios con las siguientes capacidades técnicas:

- Uno de ellos está graduado en Administración Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia. Además posee una experiencia de 6 años en el sector, habiendo trabajado dos de ellos en una empresa familiar de banquetes de bodas llevando la administración de la misma, y los cuatro años restantes trabajando en una empresa de similares características al proyecto que se pretende emprender.

- El otro socio, también es graduado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia.

Además también posee un título de máster en gestión de eventos, lo que indica que tiene vocación por este tipo de negocio. Y ha realizado un periodo de prácticas en la empresa de organización de eventos a la que nos hemos referido anteriormente.

Además de las capacidades técnicas, es importante que los integrantes posean ciertas capacidades personales como son la iniciativa, vocación, liderazgo y perseverancia.

- **Iniciativa:** La capacidad de iniciativa de los componentes se muestra a través de su espíritu emprendedor. Esta capacidad no sólo debe estar presente en la puesta en marcha del negocio, también debe persistir durante la vida del mismo, permaneciendo alerta en todo momento ante las nuevas oportunidades que surjan en el mercado para poder aprovecharlas.

- **Vocación:** La creación de esta empresa no se debe solamente a motivos económicos, aunque este sea el patrón que marca el rumbo de toda actividad empresarial. Este proyecto se emprende con la capacidad y la motivación de los socios para llegar a sentirse realizados haciendo lo que más les gusta, planificar y organizar eventos.

Así, este proyecto coincide con los gustos, intereses y aptitudes de cada una de los socios, esto hará que el trabajo que deban realizar se desarrolle con la mayor implicación y satisfacción personal.

- **Liderazgo:** Esta actitud debe estar latente en la relación que tienen los socios con los distintos públicos de interés con los que se debe de relacionar en el desarrollo de su actividad.

Por una parte, con los proveedores de servicios con los que trabajan (catering, transporte, decoración, fotografía, animación...) mediante convenios y contratos en los que ambas partes salgan beneficiadas y buscando que se comprometan con la empresa.

Y, por otra parte, con los clientes a los que se les debe de convencer de que contratar un evento con nuestra empresa es la mejor opción para planificar y organizar su evento de una manera segura y con las mejores garantías.

- Perseverancia: Ambos socios están dispuestos a trabajar en equipo y a realizar todas las acciones necesarias para que la propuesta de que esta empresa salga hacia adelante se cumpla, pese a que esto implique la realización de tareas laboriosas y dedicar muchas horas de trabajo a ello.

La firmeza y la constancia serán las claves para que cada labor se desarrolle en las mejores condiciones, sin dejar nada al azar y teniéndolo todo perfectamente planificado y organizado. Cada uno de los socios es conocedor de que este proyecto va a acarrear una gran dedicación personal, pero cuentan con la capacidad y la ilusión suficiente para que esto no suponga ningún impedimento al proyecto.

VI.3.2. ORGANIGRAMA

La estructura de esta sociedad es muy sencilla pues, sólo se contará como personal de la empresa con los dos socios mencionados anteriormente. Las tareas tales como la toma de decisiones, la responsabilidad de fijar normas y de dictar órdenes serán llevadas a cabo entre los dos socios en conjunto y de común acuerdo.

En cuanto al capital social, interesa señalar que los socios han acordado que se establezca en 33704,60€ de los cuales uno de los socios desembolsará 23593.22€ mientras que el otro tendrá que poner 10111.38€. De este modo, uno de los socios será dueño del 70% de la sociedad mientras que el otro lo será del 30% restante.

En cuanto al órgano de administración se acuerda que ambos socios actúen como administradores solidarios de la sociedad. Esto supone que cualquier acto jurídico de uno de los administradores será suficiente para obligar a la sociedad sin necesidad de la intervención del otro administrador.

Esta forma de gobierno de la sociedad es más cómoda que la posibilidad de administradores mancomunados y se suele aplicar en los casos en que existe una relación de mucha confianza entre los socios administradores.

Para determinar las funciones a realizar por cada uno de los socios, se establecen dos bloques de competencias:

- El primero será el bloque de planificación y organización de eventos festivos, cuyo director será el socio minoritario.
- Mientras que el segundo bloque será el de planificación y organización de eventos corporativos que correrá a cargo del otro socio puesto que ya tiene experiencia en este ámbito.

Al margen de que cada socio tenga su propio bloque, en cualquier momento y circunstancias, y según el nivel de demanda de eventos que se tenga, los socios podrán desarrollar tareas que incumben al otro para ayudarlo. También es importante que ambos estén en contacto en todo momento y sean conocedores de lo que pasa en la empresa, es por ello que vemos conveniente establecer al menos dos reuniones semanales para que se pongan al día el uno con el otro. Deben apoyarse uno al otro para lograr el objetivo común que es sacar la empresa adelante.

Independientemente de esto, dado que ambos son graduados en Administración y Dirección de Empresas tienen la cualificación para realizar ellos mismos las tareas administrativas y de gestión del negocio. Es por ello que estas tareas serán repartidas entre ambos prescindiendo así de la contratación de un auxiliar administrativo y ahorrando el coste que esta supondría.

Por lo tanto entre los socios no existe una relación de jerarquía en la que uno mande sobre el otro sino que se establecen diferentes competencias para que cada uno de ellos las ejerza. En cualquier caso este reparto de competencias se realiza de un modo muy flexible teniendo en cuenta la relación de confianza que existe entre los socios.

En la relación con los proveedores, al tratarse de empresas o autónomos ajenos a EVENTOX no hay una relación de jerarquía. Se estará en cada caso a lo que se pacte entre la empresa y el proveedor correspondiente. En función de la situación de cada uno de ellos en el mercado las condiciones serán más favorables a unos o a otro.

Pese a la inexistencia de esa relación de jerarquía entre EVENTOX y sus proveedores, la empresa es totalmente consciente de que la imagen final de la misma estará a cargo del personal que preste los servicios que cada cliente contrate.

Es por ello que hay que tener presente que estos tienen que estar a gusto con su trabajo e implicados con la empresa para que los clientes que contraten los servicios queden satisfechos, para que cuenten con la empresa en sus próximos eventos y comuniquen a su círculo una imagen positiva de la empresa, comenzando así una comunicación boca a boca.

Para todo esto, el trato que se exigirá a los suministradores de servicios estará orientado a la participación y colaboración. Una vez terminado cada evento, vemos conveniente consultar con ellos los posibles errores identificados y que haya que corregir, así como la posibilidad de nuevos servicios, nuevas ideas y mejoras a realizar. La empresa escuchará y analizará las propuestas y sugerencias que hayan realizado y decidirá si se llevan a cabo o no.

VI.4. ASPECTOS FORMALES

En este apartado se presentará, en primer lugar, las razones por las cuales se ha elegido la forma jurídica de la empresa. A continuación se detallará todo lo necesario para el proceso de constitución y puesta en marcha del negocio. Para terminar se explicará el seguro de responsabilidad civil necesario para la empresa para el desarrollo de su actividad.

VI.4.1. Forma jurídica

En cuanto a la forma jurídica se opta por la figura de sociedad de responsabilidad limitada. La justificación por la cual ha sido elegida esta forma jurídica en lugar de las distintas opciones que nos ofrece la ley la hallamos por varias razones:

- La responsabilidad ante terceros queda limitada al capital aportado, de esta forma el patrimonio personal de los socios queda protegido.
- La transmisión de participaciones es libre entre los socios, y entre ellos y su cónyuge ascendientes y descendientes. En caso de que tengan que pasar a terceras personas estará sometida a las limitaciones fijadas por los estatutos de la empresa o la ley.
- Se reduce la carga fiscal, ya que el tope impositivo queda fijado por el impuesto de sociedades y hay más desgravaciones fiscales.
- Por razones de tamaño. Ya que si en un futuro la empresa busca trabajar para grandes compañías, se verá obligado a constituirse como empresa, ya que las multinacionales solo contratan con sociedades y no con personas físicas.
- Por motivos de contratación, ya que al contratar empleados la empresa cuenta con deducciones en el impuesto de sociedades.
- Una de las más importantes es la financiación, ya que al constituir una empresa las entidades financieras otorgan créditos con mayor facilidad para financiar el capital circulante.
- Además podrá disponer de un modelo contable adaptado a la realidad de la microempresa que cumple con las obligaciones de información contable y fiscal y que sirve como herramienta de gestión.

VI.4.2. Proceso de constitución y puesta en marcha

La constitución y puesta en marcha de una empresa llevan consigo una serie de trámites que es necesario llevar a cabo y que dependen de la forma empresarial escogida.

Las empresas de carácter mercantil tienen personalidad jurídica, por lo que deben efectuar unos pasos específicos para su adquisición los cuales son:

1º.- Trámites para la adopción de personalidad jurídica en las sociedades mercantiles,

Los primeros pasos que deben realizar las empresas mercantiles son los relativos a la obtención de personalidad. Las características así como las gestiones requeridas son:

- **Certificación negativa de denominación social.** La normativa mercantil prohíbe la coincidencia del nombre de dos o más sociedades aun en el caso que desarrollen diferentes actividades de modo que habrá que solicitar al registro mercantil central que no existe otra sociedad con el nombre propuesto (EVENTOX). El coste de este trámite ascenderá a 59€.

- **Apertura de una cuenta bancaria.** Este trámite es necesario en los casos en los que (como en el que aquí se describe) haya que desembolsar un capital social mínimo.

- **Estatutos de la sociedad y Otorgamiento de escritura pública de constitución.** Los estatutos de la sociedad son la parte de la escritura en que se establecen las normas que serán de aplicación durante la vida de la sociedad.

El otorgamiento de escritura pública de constitución es un acto mediante el cual los socios fundadores proceden a la firma de la escritura pública de constitución de la sociedad ante notario.

- **Inscripción en el Registro Mercantil.** La empresa deberá inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia, en nuestro caso Valencia. Como documentación deberá aportarse el original de la escritura de constitución después del pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales.

2º.- Trámites en el Ministerio de Economía y Hacienda

Declaración en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE). Es un tributo local que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales y artísticas.

3º. Trámites en el ayuntamiento

- **Licencia de Actividades e Instalaciones o Licencia de Apertura.** Esta acredita que las instalaciones de la empresa cumplen con la normativa urbanística vigente.

- **Licencia de obras.** Dado que en nuestro caso es imprescindible hacer obras en el local donde vamos a desarrollar la actividad es necesario que solicitemos una de estas licencias.

4º.- Tramites en el ministerio de trabajo e inmigración

- **Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social (RETA).** En nuestro caso es obligatoria por el epígrafe socios administradores o miembros de órganos de administración de sociedades mercantiles siempre que cumplan determinadas condiciones.

- **Comunicación de apertura del centro de trabajo.** Es obligatoria para toda empresa que abra un centro de trabajo.

VI.4.3. Responsabilidad profesional

La empresa deberá contar con un seguro de responsabilidad civil. Estos seguros para los organizadores de eventos quedan inmersos dentro de los seguros de servicios a profesionales y empresas.

Es imprescindible contar con una póliza de responsabilidad civil para poder ejercer legalmente la actividad.

Este seguro cubre los costes referentes a la defensa jurídica y las indemnizaciones a las que deba atender el asegurado para compensar los daños ocasionados a terceros en el desarrollo de su actividad profesional.

VII. VIABILIDAD ECONÓMICO FINANCIERA

VII.1. PLAN DE INVERSIÓN-FINANCIACIÓN

En este apartado se detallarán las inversiones necesarias, así como la forma en la que se van a financiar, para poder poner en marcha la empresa.

Al ser una empresa de nueva constitución, la inversión inicial se corresponde con la inversión total prevista de los dos primeros años. En consecuencia, pasamos a describir la relación de inversiones estimadas, a partir de la siguiente tabla:

TABLA 7.1.: Inversiones necesarias

CONCEPTO	IMPORTE
ACTIVO NO CORRIENTE	13.554,60 €
Inmovilizado Intangible:	2.500 €
Propiedad industrial y patentes	600 €
Aplicaciones Informáticas	1.200 €
Otro inmovilizado intangible	700 €
Inmovilizado Material:	10.654,60 €
Mobiliario	451 €
Adecuación del local	7.750 €
Equipamiento informático	2.453,60 €
Inmovilizado Financiero:	400 €
Depósitos y fianzas	400 €
ACTIVO CORRIENTE	20.000 €
Circulante:	
Provisión de fondos (Caja)	20.000 €
TOTAL INVERSIONES INICIALES	33.554,60 €

FUENTE: Elaboración propia

- **Propiedad industrial y patentes:** Dado que es una empresa de nueva creación, el único activo que posee la misma es su propio nombre comercial (Marca). El importe del registro de la marca comercial de la empresa asciende a 600€.
- **Aplicaciones informáticas:** Debido a las necesidades de la empresa, se ha visto conveniente instalar como software las siguientes aplicaciones: En el apartado de ofimática instalaremos el paquete de office (Excel, Word, Access, PowerPoint...), en el apartado de tratamiento e imágenes se contará con Photoshop, en el apartado de diseño y dibujo AutoCad y por último el paquete contable será confiado a ContaPlus. La causa por la cual se ha decantado por

estas aplicaciones es porque ya se tiene conocimiento sobre su manejo. Estas estarán valoradas en 1200€.

- **Otro inmovilizado intangible:** Este corresponde a una página web que se ha encargado para la empresa. Está siendo desarrollada por un informático local conocido y la deja a un precio de 700€.
- **Mobiliario:** Los muebles de oficina están valorados en su totalidad en 451€ y se divide en las siguientes partidas:
 - 2 Sillas de oficina valoradas en 126€
 - 2 escritorios de oficina valorados en 216€
 - 1 armario de oficina valorado en 109€
- **Adecuación del local:** Las obras necesarias para que la vivienda donde se va a desarrollar la actividad de la empresa esté a punto ascienden a 7750€.
- **Equipamiento informático:** La totalidad de esta partida es de 2453.6€ y lo podemos desglosar en los siguientes elementos:
 - Escáner valorado en 180€
 - Impresora A3 valorada en 79€
 - Impresora A4 valorada en 68.60€
 - 2 ordenadores de sobremesa valorados en 1276€
 - Proyector valorado en 78€
 - 2 ordenadores portátiles valorados en 752€
 - Router wifi valorado en 20€
- **Depósitos y fianzas:** La suma de esta partida asciende a 400€ y corresponde al adelanto de dos de alquiler del piso meses en concepto de fianza.
- **Provisión de fondos:** Esta es necesaria tanto para la puesta en marcha de la empresa y el funcionamiento de la misma al inicio, como para hacer frente a los primeros pagos hasta empezar ingresar por facturación de servicios. Su importe se valora en 20000€.

Una vez detalladas las inversiones iniciales que son necesarias para crear y poner en funcionamiento la actividad de la empresa, es importante reconocer como va a financiarse este proyecto y conseguir el desembolso inicial para hacer frente a su puesta en marcha como detallamos a continuación en la siguiente tabla:

TABLA 7.2.: Financiación necesaria

CONCEPTO	Importe	%
PATRIMONIO NETO	33.554,60 €	100%
Capital social	3.005,60 €	8,95%
Capital y otras aportaciones de socios	30.549,00 €	91,05%
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0 €	0%
PASIVO NO CORRIENTE	0 €	0%
Deudas a L/P por prestamos recibidos y otros conceptos	0 €	0%
Deudas con empresas del grupo y asociados a largo plazo	0 €	0%
PASIVO CORRIENTE	0 €	0%
Deudas a C/P con entidades de crédito	0 €	0%
Otros (Proveedores, Acreedores, Anticipos de clientes)	0 €	0%
TOTAL INVERSIONES	33.554,60 €	100%

FUENTE: Elaboración propia

La financiación es proporcional a la participación de cada socio en la empresa, por lo tanto al socio 1 le corresponderá a aportar un 70% de lo requerido en la inversión inicial y al socio 2 un 30%. El capital aportado por el socio 1 es de 23593.22€ de los cuales 15800 se obtienen mediante la percepción en un solo pago de la prestación por desempleo que le correspondía fruto del tiempo trabajado en la empresa anterior y los 7793.22€ restantes los reúne entre el finiquito y unos ahorros propios. Por su parte el socio 2 tiene que entregar la cantidad de 10111.38€ para ello pide un préstamo por su cuenta avalado por un familiar.

VII.2. PREVISIÓN VENTAS/CONSUMOS

En este apartado se detallará la estimación de ventas para el primer año, así como el importe total de las mismas y el coste que van a suponer, obteniendo por diferencia el margen.

Teniendo en cuenta todo lo realizado anteriormente, a continuación, en la siguiente tabla se estimarán las ventas y sus costes correspondientes al primer año de actividad:

TABLA 7.3.: Previsión ventas/consumos

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	TOTAL VENTAS	COSTE DE VENTAS	MARGEN
Bodas	18	16.000 €	288.000 €	244.800 €	43.200 €
Comuniones	6	4.000 €	24.000 €	20.400 €	3.600 €

Bautizos	8	3.000 €	24.000 €	20.400 €	3.600 €
Fiestas de cumpleaños	6	1.400 €	8.400 €	7.140 €	1.260 €
Eventos corporativos	8	2.300 €	18.400 €	15.640 €	2.760 €
TOTAL			362.800 €	308.380 €	54.420 €

FUENTE: Elaboración propia

El coste de ventas ha sido obtenido a través de los datos obtenidos de la central de balances del banco de España en negocios similares a este que indica que el margen medio sobre venta es del 15%. Haciendo una diferencia entre el total de las ventas, calculado a partir de una media del precio de cada evento, y el margen que obtiene la empresa, obtenemos el coste de ventas.

VII.3. GASTOS DE EXPLOTACIÓN

Una vez que se ha calculado el gasto en consumos necesarios para el desarrollo de la actividad de la empresa, conviene estimar otra serie de gastos que va a tener la misma, como son los gastos de explotación que se detallan en la siguiente tabla:

TABLA 7.4.: Gastos de explotación estimados

CONCEPTO	Importe Año 1	Importe Año 2	Importe Año 3
Otros gastos de explotación:	13.940 €	13.272 €	13.936 €
Gastos inicio actividad	1.300 €	0 €	0 €
Arrendamientos y cánones	2.400 €	2.520 €	2.646 €
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Internet)	2.640 €	2.772 €	2.911 €
Primas de seguros	400 €	420 €	441 €
Servicios profesionales independientes	200 €	210 €	221 €
Publicidad y promoción	300 €	315 €	331 €
Compra de materiales	200 €	210 €	221 €
Otros servicios	6.000 €	6.300 €	6.615 €
Servicios bancarios y similares	200 €	210 €	221 €
Otros tributos	300 €	315 €	331 €
Gastos sueldos emprendedores:	30.408,72 €	31.929,16 €	33.525,61 €
Retribución emprendedores	24.000 €	25.200 €	26.460 €
S. Social Autónomos	6.408,72 €	6.729 €	7.066 €
Gastos del personal laboral:	0 €	0 €	0 €
Sueldos y salarios	0 €	0 €	0 €
Seguridad Social	0 €	0 €	0 €
TOTAL GASTOS EXPLOTACIÓN	44.348,72 €	45.201,16 €	47.461,21 €

FUENTE: Elaboración propia

Las partidas que se encuentran dentro de los gastos de explotación se reparten de la siguiente forma:

- **Gastos de inicio de actividad:** Estos corresponden a escrituras, notaria, registros y otras licencias, asciende a 1300€.
- **Arrendamientos y cánones:** Alquiler del piso donde se desarrollará actividad de la empresa tendrá un coste de 2400€, dado que la empresa paga una cuota de 200€/mes.
- **Suministros:** Esta partida asciende a 220€/mes y esta desglosada en:
 - Luz valorada en unos 90 al mes
 - Agua valorada en unos 20 al mes
 - Internet valorado en unos 40 al mes
 - Línea fija valorada en unos 10 al mes
 - Líneas de móvil valoradas en unos 60 al mes

Así, al año el gasto en suministros asciende a 2640€.

- **Primas de seguros:** Para el desarrollo de la actividad de la empresa es necesario contratar un seguro de responsabilidad civil que estará valorado en 400€.
- **Servicios de profesionales independientes:** Se contrataran los servicios de determinados servicios profesionales ajenos a la empresa, en este caso se contará con una empresa de prevención riesgos laborales que ascenderá a 200€.
- **Publicidad y promoción:** Para dar a conocer a la empresa. En esta serán incluidos únicamente los gastos para patrocinarse en las redes sociales, que ascenderán a un total de 300€.
- **Compra de materiales:** Corresponde a la compra de material de oficina para poder llevar a cabo la actividad, asciende a un total de 200€/año.
- **Otros servicios:** En esta partida se incluyen únicamente los gastos inherentes al vehículo. En relación a este, en un principio se utilizará el vehículo propiedad del socio 1 cobrando a la empresa por este servicio un importe de 0.3€/km. Se estima que en un año se realizaran 20000 km. Por lo tanto el gasto que supondrá este vehículo al año a la empresa será de 6000€.

- **Servicios bancarios y similares:** Debido a que la empresa no tiene ningún tipo de deuda, los servicios bancarios se limitarán a los cobros por parte de la entidad de gastos de correo, comisiones de transferencias... estos gastos se estima que ascenderán a 200€/año.
- **Otros tributos:** Como pueden ser tasas municipales de actividad... los valoramos en 300€/año
- **Retribución Emprendedores:** Cada uno de los socios contará al mes, por el momento, con 1000€. Lo que hace que esta partida ascienda a 24000€.
- **Seguridad Social Autónomos:** Debido a que se está comenzando la actividad se opta por acogerse a la cuota mínima exigida en el régimen de trabajadores autónomos (RETA), la cual asciende a 267.03€, con lo que el importe anual ascenderá a 6408.72€/año.
- **Gastos del personal laboral:** Dado que EVENTOX no piensa por el momento contratar a ningún trabajador, esta partida se queda en 0.

Para los años 2 y 3 incrementaremos todos estos costes en un 5% por motivo del incremento del Índice de Precios al Consumo.

VII.4. AMORTIZACIÓN

En relación al inmovilizado tanto material, como intangible adquirido por la empresa para su puesta en marcha, se detalla el gasto correspondiente a la dotación elegida para la amortización en la siguiente tabla:

TABLA 7.5.: Amortización

AMORTIZACION	IMPORTE	AÑOS	% AMORT.	AMORT.ANUAL
I. Inmovilizado intangible:	2.500 €			695 €
Aplicaciones informáticas	1.200 €	3 años	33%	400 €
Propiedad intelectual y patentes	600 €	5 años	20%	120 €
Otro inmovilizado intangible	700 €	4 años	25%	175 €
II. Inmovilizado Material:	10.654,60 €			2.209 €
Adecuación del negocio	7.750,00 €		20%	1.550 €
Mobiliario	451 €	10 años	10%	45 €
Equipos informáticos	2.453,60 €	4 años	25%	613 €
TOTAL AMORTIZACIÓN ANUAL				2.904 €

FUENTE: Elaboración propia

Para realizar la amortización, se ha consultado la tabla de amortización de inversiones para sociedades y autónomos en estimación directa, extraída de la nueva Ley de Impuesto de Sociedades que entró en vigor el 1 de Enero de 2015. Cabe decir que la partida de adecuación del negocio no viene reflejada en esta tabla, así, dado que la reforma está realizada en una vivienda de alquiler, estimamos procedente amortizar ésta en el mismo plazo del contrato de alquiler, el cual dura 5 años.

VII.5 PREVISIÓN CUENTA DE RESULTADOS

Con la información de ingresos y gastos analizada hasta el momento, a continuación se presenta en la siguiente tabla la cuenta de pérdidas y ganancias previsional para los tres primeros años de la empresa:

TABLA 7.6.: Previsión cuenta de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	362.800 €	380.940 €	399.987 €
Coste de las ventas (Consumos)	308.380 €	323.799 €	339.989 €
MARGEN BRUTO	54.420 €	57.141 €	59.998 €
Gastos sueldos emprendedores	30.408,72 €	31.929 €	33.526 €
Otros gastos de explotación	13.940 €	13.272 €	13.936 €
Amortizaciones	2.904 €	3.049 €	3.202 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (BAII)	7.167,28 €	8.891 €	9.335 €
Gastos financieros	0 €	0 €	0 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	7.167,28 €	8.891 €	9.335 €
Impuesto de Sociedades	1.791,82 €	1.881 €	1.975 €
RESULTADO DEL EJERCICIO (BN)	5.375,46 €	7.009 €	7.360 €

FUENTE: Elaboración propia

Para los años 2 y 3 se incrementarán todos estos costes en un 5% por motivo del incremento del Índice de Precios al Consumo.

Como puede observarse en la tabla anterior, los resultados son positivos para los primeros años, esto supone que, según nuestras estimaciones, la empresa va a ser viable durante este periodo. Dado que cada año el resultado del ejercicio es mayor, se puede prever que seguirá en alza en los siguientes años, lo que se resume en una gran viabilidad de la empresa.

VII.6 PREVISIÓN DEL BALANCE DE SITUACIÓN

Una vez realizada la cuenta de pérdidas y ganancias previsional, podremos realizar el balance de situación previsional para el mismo periodo de tiempo, este se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 7.7.: Previsión del balance de situación

ACTIVO	Año 1	Año 2	Año 3
A) ACTIVO NO CORRIENTE:	10.650,60 €	10.650,60 €	10.650,60 €
I. Inmovilizado intangible:	1.805,00 €	1.805,00 €	1.805,00 €
Aplicaciones informáticas	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Propiedad industrial y patentes	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Otro inmovilizado intangible	700,00 €	700,00 €	700,00 €
Amortización Acumulada inm. Inmaterial	695,00 €	695,00 €	695,00 €
II. Inmovilizado Material:	8.445,60 €	8.445,60 €	8.445,60 €
Mobiliario	451,00 €	451,00 €	451,00 €
Adecuación del local	7.750,00 €	7.750,00 €	7.750,00 €
Equipos informáticos	2.453,60 €	2.453,60 €	2.453,60 €
Amortización Acumulada inm. Material	2.209,00 €	2.209,00 €	2.209,00 €
V. Inversiones financieras a L/P	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Depósitos y fianzas a L/P	400,00 €	400,00 €	400,00 €
B) ACTIVO CORRIENTE	30.071,28 €	31.794,00 €	32.239,00 €
V.II Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	30.071,28 €	31.794,00 €	32.239,00 €
Caja	30.071,28 €	31.794,00 €	32.239,00 €
TOTAL ACTIVO (A+B)	40.721,88 €	42.444,60 €	42.889,60 €

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Año 1	Año 2	Año 3
A) PATRIMONIO NETO	38.930,06 €	40.563,60 €	40.914,60 €
A-1) Fondos propios:	38.930,06 €	40.563,60 €	40.914,60 €
I. Capital social	3.005,60 €	3.005,60 €	3.005,60 €
II. Capital	30.549,00 €	30.549,00 €	30.549,00 €
III. Reservas	- €	- €	- €
V. Resultados de ejercicios anteriores	- €	5.375,46 €	7.009,00 €
VII. Resultado del ejercicio	5.375,46 €	7.009,00 €	7.360,00 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	- €	- €	- €
II. Deudas a Largo Plazo:	- €	- €	- €
Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	- €	- €	- €
C) PASIVO CORRIENTE	1.791,82 €	1.881,00 €	1.975,00 €
IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	- €	- €	- €
Administraciones Públicas (I. Sociedades)	1.791,82 €	1.881,00 €	1.975,00 €

TOTAL PASIVO (A+B+C)	40.721,88 €	42.444,60 €	42.889,60 €
----------------------	-------------	-------------	-------------

FUENTE: Elaboración propia

Como puede observarse, los resultados de los balances para los tres primeros años de la empresa dan positivos, además cabe destacar que tienen tendencia a incrementarse cada año. De esto se puede deducir la viabilidad de este proyecto

VII.7. FLUJOS DE TESORERÍA

En este apartado mostraremos una estimación de los flujos de tesorería que están previstos para la empresa en los tres primeros años. Para examinar estos, se van a tener en cuenta los flujos derivados del desarrollo de la actividad de la empresa y de las aportaciones de las socias, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 7.8.: Previsión del balance de situación

	Año 1	Año 2	Año 3
Aportación capital	3.005,60 €	- €	- €
Aportación socios	30.549,00 €		
Ingresos actividad (cobro clientes)	362.800,00 €	380.940,00 €	399.987,00 €
TOTAL COBROS	396.354,60 €	380.940,00 €	399.987,00 €

Coste de las Ventas	308.380,00 €	323.799,00 €	339.989,00 €
Gastos inicio actividad	1.300 €	0 €	0 €
Arrendamientos y cánones	2.400 €	2.520 €	2.646 €
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Internet)	2.640 €	2.772 €	2.911 €
Primas de seguros	400 €	420 €	441 €
Servicios profesionales independientes	200 €	210 €	221 €
Publicidad y promoción	300 €	315 €	331 €
Compra de materiales	200 €	210 €	221 €
Otros servicios	6.000 €	6.300 €	6.615 €
Servicios bancarios y similares	200 €	210 €	221 €
Otros tributos	300 €	315 €	331 €
Nominas emprendedores	24.000,00 €	25.200,00 €	26.460,00 €
S. Social autónomos	6.408,72 €	6.729,16 €	7.065,61 €
Impuesto de sociedades	1.791,00 €	1.880,55 €	1.974,58 €
TOTAL PAGOS	354.519,72 €	370.880,71 €	389.424,79 €

FLUJO DE CAJA	41.834,88 €	10.059,29 €	10.562,21 €
----------------------	--------------------	--------------------	--------------------

FUENTE: Elaboración propia

Como viene repitiéndose con anterioridad durante el análisis económico-financiero, los resultados son positivos. Tener unos flujos de caja positivos refuerzan todavía más la idea de viabilidad del proyecto.

VII.8. RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Para averiguar la rentabilidad del proyecto nos centraremos en los dos métodos más utilizados para este tipo de consulta como son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

VII.7.1. Cálculo del VAN

El Valor Actual Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Para el cálculo de este será necesario, en primer lugar, determinar cuál va a ser la tasa de actualización o rentabilidad mínima exigida al proyecto. En este caso se ha considerado que debe de ser como mínimo del 10%.

En la siguiente tabla se representan los flujos de caja resumidos para los tres primeros años de actividad de la empresa. Además se ha considerado que para el cálculo del año cero el flujo de caja coincide con la inversión inicial necesaria.

TABLA 7.9.: Flujos de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL COBROS		396.354,60 €	380.940,00 €	399.987,00 €
TOTAL PAGOS		354.519,72 €	370.880,71 €	389.424,79 €
FLUJO DE CAJA	- 30.549,00 €	41.834,88 €	10.059,29 €	10.562,21 €

FUENTE: Elaboración propia

Una vez determinada la tasa de actualización y obtenidos los flujos de caja del proyecto calculados en el anterior apartado, podemos proceder a calcular el VAN.

VAN	23.731,72 €
-----	-------------

Dado que el VAN que obtenemos es positivo y además alejado de cero, podemos considerar que la inversión que realiza EVENTOX es rentable.

VII.7.2. Calculo del TIR

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y de los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir, en porcentajes.

Como hemos comentado en el apartado anterior, la rentabilidad exigida por las socias para realizar la inversión debe ser superior al 10%, así este será el límite con el que se comparara para decidir la aceptación o el rechazo del proyecto.

Para calcular la TIR, contaremos con los flujos de caja obtenidos anteriormente. Aplicando el cálculo del TIR sobre ellos, obtenemos como resultado el valor que se muestra a continuación:

TIR	68,63%
-----	--------

Podemos observar que la TIR obtenida es claramente superior al 10%, mínimo exigido por las socias. Es por ello que se aceptaría la inversión pues es superior al coste de oportunidad exigido para llevar a cabo el proyecto.

En conclusión al análisis económico financiero, después de analizar todos los puntos, se puede decir que el proyecto es viable, ya que la empresa no presenta perdidas en sus tres primeros años de actividad, esto es debido sobretodo a que se ha utilizado la financiación propia para la puesta en marcha del negocio. Además, en cuanto al análisis de la rentabilidad, el VAN proporciona un valor positivo y muy alejado de cero y la TIR presenta un valor muy por encima del mínimo exigido, estos dos datos nos refuerzan la idea de la viabilidad del proyecto.

VIII. CONCLUSIONES

VIII CONCLUSIONES

Para finalizar el presente trabajo final de grado y a modo de resumen se procede a continuación a extraer las principales conclusiones del mismo.

PRIMERA.- En cuanto al análisis del macroentorno se puede observar que dos de los factores proporcionan oportunidades para la empresa mientras que los otros dos suponen una amenaza.

Los factores positivos son, en primer lugar los económicos, el país está saliendo de una fuerte crisis económica, es por ello que los indicadores comienzan a incrementarse haciendo este panorama favorable para emprender un nuevo negocio. En segundo lugar encontramos los factores tecnológicos, estos son favorables ya que ayudan al desarrollo de la empresa minorando sus costes, además se ha percibido un aumento en los gastos de I+D. Por el contrario, los factores negativos los hallamos en el entorno político, dado que actualmente existe una inestabilidad política tanto a nivel nacional como a nivel europeo. Además los factores sociales tampoco son favorables, ya que se está reduciendo la población española y los ingresos medios de estas son bajos. Dicho esto, a nivel macroeconómico, se ve viable la implantación de EVENTOX, ya que los factores que nos favorecen tienen más peso que los que no lo hacen.

Independientemente de la situación económica que está atravesando el país se observa que las familias siguen celebrando bodas, bautizos, comuniones, etc., del mismo modo que las empresas siguen realizando eventos corporativos, por lo tanto este estudio demuestra, que el sector sigue siendo fuerte debido a la demanda existente de este tipo de eventos.

SEGUNDA.- Se ha puesto de manifiesto la poca oferta de este tipo de servicios en la forma en la que se plantea en el presente trabajo, llenando con ello un hueco que no estaba bien atendido en este mercado. Este proyecto pretende dar respuesta a las necesidades de diverso tipo dentro del campo de la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos, en nuestra área de actuación, la Comunidad Valenciana.

Se es consciente de que la empresa no es única en el mercado ya que en la zona existen empresas consolidadas que ofrecen servicios similares al nuestro, para ello se han desarrollado unos servicios únicos, sólo ofrecidos por esta empresa como son realizar eventos combinados con deportes de aventura y actividades para mejorar las relaciones laborales. Estos servicios permiten que una diferenciación de la competencia.

En definitiva, la empresa EVENTOX pretende llegar a ser un referente en el sector de la organización de eventos, integrando novedosas iniciativas que motiven a los usuarios

la necesidad de contratar nuestros servicios para que se cumplan sus requisitos de calidad, seguridad y confianza.

TERCERA.- En cuanto a la forma jurídica de la empresa se analizó minuciosamente entre las diferentes opciones que la ley nos ofrece y se decidió la forma de sociedad limitada, precisamente porque en ella queda limitada la responsabilidad de los socios al capital suscrito. Esto se considera de mucha importancia para los socios, para separar claramente el patrimonio personal del de la empresa.

CUARTA.- Para dar a conocer el nuevo negocio se realizarán una serie de acciones comerciales con la finalidad de presentar nuestros servicios a todos los públicos de interés especialmente se utilizarán para ello las redes sociales así como una esmerada página web donde quedaran descritas en ella todas las actividades de la empresa.

Además se dejarán tarjetas con los contactos en los diferentes eventos par que los invitados conozcan quien lo está realizando y vivan la experiencia de EVENTOX de primera mano.

QUINTA.- A nivel financiero esta empresa queda muy bien posicionada pues para la implantación de la misma, no ha requerido de financiación externa, y sus costes de operación son muy reducidos, llevando el negocio orientado hacia los costes variables, y contratando los servicios en la medida que van siendo demandados, esto hace que ante una bajada de ventas se vean afectados sus beneficios pero sin entrar en pérdidas.

SEXTA.- Otro de los puntos fuertes es que todas las ventas se realizarán al contado, ya sea en efectivo ya sea mediante financiación bancaria por parte de los clientes de la empresa. Por lo tanto la empresa en ningún momento adquiere riesgo con sus clientes, ya que el cobro siempre es por adelantado. Este sistema además aporta la liquidez necesaria para atender los pagos a proveedores sin necesidad de utilizar recursos propios ni utilizar financiación externa, lo cual hace cumplir uno de nuestros objetivos que es no pagar intereses bancarios. Otra de las ventajas del sistema es la obtención de descuentos por pronto pago a la hora de la realización de las compras.

SÉPTIMA.- Por último, en cuanto al análisis económico financiero, después de analizar todos los puntos, se puede decir que el proyecto es viable, ya que la empresa no presenta pérdidas en sus tres primeros años de actividad, esto es debido sobretodo a que se ha utilizado la financiación propia para la puesta en marcha del negocio. Además, en cuanto al análisis de la rentabilidad, el VAN proporciona un valor positivo y muy alejado de cero y la TIR presenta un valor muy por encima del mínimo exigido, estos dos datos refuerzan la idea de la viabilidad del proyecto.

Por las razones aquí descritas, y por los resultados positivos que se desprenden del análisis de viabilidad económico-financiera, podemos llegar a la conclusión de que la empresa EVENTOX es viable, por lo que se podrá poner en marcha esta empresa teniendo la certeza de que será un negocio de éxito.

BIBLIOGRAFIA

- **Bibliografía en soporte impreso:**

- DORNBUSCH, R.; FISHER, S.; STARZ, R. (2009). *Macroeconomía*. 10ª Edición. Interamericana ediciones, S.A. Méjico.
- ENRIQUE DE MIGUEL FERNÁNDEZ. (2010). *Introducción a la gestión*. Editorial Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. (2016). *Fundamentos de estrategia*. Editorial Pearson. Madrid.
- OLAVARRIA, J.; MARIMON, R.; VICIANO, J. (2011). *Legislación mercantil básica*. Editorial Tirant lo Blanch. Valencia.
- REY, J.; RIDAO, JM. (2010). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Editorial Edebé. Barcelona.
- MARÍ, S.; MATEOS, A.; POLO, F. (2013). *Análisis económico-financiero: supuestos prácticos*. Editorial Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.

- **Referencias bibliográficas en soporte electrónico:**

- SECRETARIADENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA YMEDIANA EMPRESA. (2009). *Elección de la forma jurídica*. (En línea) Disponible en: <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx> (Consulta: 14/07/2016).
- JULIO FERNÁNDEZ. (2008). *12 Razones para un cambio de piel*. (En línea). Disponible en: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/pasar-de-ser-autonomo-a-sociedad-limitada/12-razones-para-un-cambio-de-piel> (Consulta: 16/07/2016).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (En línea). Disponible en: <http://www.ine.es/> (Consulta: 05/07/2016)
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS. (En línea). Disponible en: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html> (Consulta: 06/07/2016)
- INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA. (En línea). Disponible en: <http://www.ive.es/> (Consulta: 06/07/2016)

- CNAE (2009). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. (En línea). Disponible en: <http://www.cnae.com.es/lista-actividades.php> (Consulta: 08/07/2016)
- SEGURIDAD SOCIAL. (En línea). Disponible en: http://www.seg-social.es/Internet_1/index.htm (Consulta: 10/07/2016)
- AMAZON. (2016). Departamento de electrónica. (En línea). Disponible en: https://www.amazon.es/gp/site-directory/ref=nav_shopall_btn (Consulta: 25/07/2016).
- REGISTRO MERCANTIL. Certificado del registro mercantil. (En línea). Disponible en: <http://registromercantil.derecho.com/tienda/certificado-registro-mercantil.html> (Consulta: 26/07/2016)
- IÑAKI PARDO TORREGOSA. (09/05/2016). *La extrema derecha de Europa, rumbo al centro político.* (En línea). Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20160505/401589387195/extrema-derecha-europa.html> (Consulta: 27/07/2016)
- DATOS MACRO. (En línea). Disponible en: <http://www.datosmacro.com/paro> (Consulta: 01/08/2016)
- RETOS DIRECTIVOS. (2015). *El análisis PEST, una herramienta para planificar tu estrategia.* (En línea). Disponible en: <http://retos-directivos.eae.es/el-analisis-pest-una-herramienta-para-planificar-tu-estrategia/> (Consulta: 03/03/2016)
- RETOS DIRECTIVOS. (2015). *Habilidades directivas imprescindibles para la empresa.* (En línea). Disponible en: <http://retos-directivos.eae.es/habilidades-directivas-imprescindibles/> (Consulta: 05/08/2016)
- EMPRENDEDORES. (21/03/2012). *El análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro.* (En línea). Disponible en: <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo> (Consulta: 10/08/2016)
- JAVIER ITURROZ DEL CAMPO. (2016). *Tasa interna de retorno o rentabilidad (TIR).* (En línea). Disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html> (Consulta: 06/08/2016)
- JAVIER ITURROZ DEL CAMPO. (2016). *Valor actualizado neto (VAN).* (En línea). Disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html> (Consulta: 06/08/2016)
- LA NUEVA ESPAÑA. (2014). *¿Qué defiende podemos?.* (En línea). Disponible en: <http://www.lne.es/espana/2014/05/26/defiende/1590856.html> (Consulta: 12/08/2016)

- CELIA MAZA. (2016). *Los rostros de la extrema derecha europea*. (En línea). Disponible en: http://www.elconfidencial.com/mundo/2016-05-21/quien-es-quien-extrema-derecha-europa_1203543/ (Consulta: 15/08/2016)

- SUSANA CAMPO. (2016). *Quién está a favor y en contra del Brexit*. (En línea) Disponible en: http://noticias.lainformacion.com/mundo/favor-Brexit_0_928408162.html (Consulta: 15/08/2016)

- PEDRO CALVO. (2016). *Qué es el Brexit: consecuencias de la salida del Reino Unido de la UE*. (En línea). Disponible en: http://www.elconfidencial.com/economia/2016-03-19/las-consecuencias-economicas-del-brexit-aislara-reino-unido-a-europa_1169585/ (Consulta: 17/08/2016)

- JOSEFINA L. MARTINEZ. (2016). *¿Quién es Farage, el derechista británico que promovió el Brexit?*. (En línea). Disponible en: <http://www.laizquierdadiario.com/Quien-es-Farage-el-derechista-britanico-que-promovio-el-Brexit> (Consulta: 17/08/2016)

ANEXOS

Anexo 1

TABLA 3.1.: Comparación tasa de paro de España con otros países

Países	Tasa de Paro	Var.	Var. Año	Mes
< Paro 2015				
España [+]	20,1%	-0,20	-2,60	Abril 2016
Alemania [+]	4,2%	0	-0,50	Abril 2016
Reino Unido [+]	4,9%	0	-0,70	Junio 2016
Francia [+]	9,9%	-0,20	-0,40	Abril 2016
Italia [+]	11,7%	0,20	-0,40	Abril 2016
Portugal [+]	12,0%	0	-0,80	Abril 2016
Zona Euro [+]	10,2%	0	-0,80	Abril 2016
Estados Unidos [+]	4,9%	0	-0,20	Agosto 2016
Japón [+]	3,2%	0	-0,10	Abril 2016
Argentina [+]	6,6%	-0,50	-0,90	Junio 2015
Austria [+]	5,8%	-0,10	-0,10	Abril 2016
Australia [+]	5,7%	-0,08	-0,61	Julio 2016
Bélgica [+]	8,7%	0,10	0	Abril 2016
Bulgaria [+]	7,1%	-0,20	-2,90	Abril 2016
Brasil [+]	8,2%	0,60	2,30	Febrero 2016
Canadá [+]	6,9%	0,10	0,10	Julio 2016
Chile [+]	7,1%	0,20	0,50	Junio 2016
Colombia [+]	8,9%	0,04	0,64	Junio 2016
Chipre [+]	11,6%	-0,40	-4,10	Abril 2016
República Checa [+]	4,1%	0	-1,20	Abril 2016

Dinamarca [+]	6,0%	0,10	-0,30	Abril 2016
Estonia [+]	6,8%	0,50	0,10	Marzo 2016
Finlandia [+]	9,1%	0	-0,10	Abril 2016
Grecia [+]	23,3%	-0,87	-1,97	Abril 2016
Croacia [+]	14,6%	-0,30	-1,70	Abril 2016
Hungría [+]	5,6%	-0,10	-1,70	Marzo 2016
Irlanda [+]	8,4%	-0,20	-1,30	Abril 2016
Islandia [+]	3,1%	-0,10	-1,10	Marzo 2016
Lituania [+]	8,2%	-0,20	-1,20	Abril 2016
Luxemburgo [+]	6,2%	-0,10	-0,30	Abril 2016
Letonia [+]	9,6%	0	0,10	Abril 2016
Malta [+]	4,3%	-0,30	-1,20	Abril 2016
México [+]	4,0%	0,08	-0,71	Julio 2016
Holanda [+]	6,4%	0	-0,60	Abril 2016
Noruega [+]	4,7%	0	0,50	Marzo 2016
Polonia [+]	6,3%	0	-1,30	Abril 2016
Rumanía [+]	6,4%	0	-0,40	Abril 2016
Rusia [+]	5,3%	-0,10	0	Julio 2016
Suecia [+]	6,7%	-0,50	-1,10	Abril 2016
Eslovenia [+]	7,8%	-0,30	-1,60	Abril 2016

Eslovaquia [+]	10,2%	-0,10	-1,50	Abril 2016
Turquía [+]	9,9%	-0,10	-0,30	Febrero 2016
Uruguay [+]	7,9%	-0,21	0,48	Mayo 2016
Venezuela [+]	7,3%	0,20	0,30	Abril 2016

FUENTE: datosmacro.com

