

# Proyecto Fin de Carrera Ingeniería de Organización Industrial

## Estudio de viabilidad de una consultora PRL con enfoque de género

Autora: Leticia Gragera Rubio

Tutor: Juan M. González Ramírez

**Dpto. Organización Industrial y Gestión de Empresas II**  
**Escuela Técnica Superior de Ingeniería**  
**Universidad de Sevilla**  
**Sevilla, 2019**





Proyecto Fin de Grado  
Ingeniería de Organización Industrial

# **Estudio de viabilidad de una consultora PRL con enfoque de género**

Autora:  
Leticia Gragera Rubio

Tutor:  
Juan M. González Ramírez  
Profesor Asociado

Dpto. Organización Industrial y Gestión de Empresas II

Escuela Técnica Superior de Ingeniería

Universidad de Sevilla

Sevilla, 2019

Proyecto Fin de Grado: Estudio de viabilidad de una consultora PRL con enfoque de género.

Autora: Leticia Gragera Rubio

Tutor: Juan M. González Ramírez

El Tribunal nombrado para juzgar el Proyecto arriba indicado, compuesto por los siguientes miembros:

Presidente:

Vocales:

Secretario:

Acuerdan otorgarle la calificación de:

Sevilla, 2019

El Secretario del Tribunal



# Agradecimientos

---

Con el Trabajo de Fin de Grado pongo punto y final a unos años de estudio y trabajo que han sido duros, durante los cuales poniendo ganas y esfuerzo se obtiene la recompensa.

En primer lugar, me gustaría dar las gracias a mis padres por el gran sacrificio que han hecho para poder darme la oportunidad de estudiar lo que me gusta, por estar animándome y apoyándome en mis bajones, mis caídas y a pesar de ello levantarme y seguir adelante. A mi hermano también por ser partícipe de ello y ejercer de profesor cuando lo necesitaba. Ellos han sido mi pilar fundamental durante estos años en la Universidad. Tengo que dar las gracias a mis familiares y amig@s por su apoyo, sobre todo en los días más amargos.

Gracias por la formación obtenida para conseguirlo, tanto a la Universidad de Málaga porque allí fue donde comencé mis estudios como a la Universidad de Sevilla que ha sido donde los he finalizado y a los profesores que los forman. Y finalmente a Juan M. González Ramírez por ser mi tutor en el Trabajo Fin de Grado.

*Leticia Gragera Rubio  
Sevilla, 2019*

# Resumen

---

En mi trabajo de Fin de Grado lo que pretendo es crear una consultora que realice los servicios de seguridad laboral (como servicio principal) y el de optimización tanto de recursos como de tiempos. Con ello, lo que pretendo es satisfacer las necesidades de los clientes y obtener la información necesaria de dichas empresas para estudiar el perfil de la mujer emprendedora e innovadora en el sector industrial, ya que hay muy pocas mujeres que se dedican a ello. El objetivo de dicho proyecto es motivar a todas las mujeres y jóvenes de dicho sector.

Para ello, se debe empezar determinando qué es lo que voy hacer, cómo lo voy hacer, determinar el rango de mercado en el que me voy a centrar y recopilar información sobre informes y estudios realizados con respecto a la situación laboral de las mujeres añadiendo también los 17 objetivos de desarrollo sostenibles fundamentales en las empresas.

Posteriormente, se realiza un estudio completo del modelo de negocio para poder ponerlo en marcha, para ello se incluye: un CANVAS, el mercado, los mapas de empatía de los posibles tipos de clientes, la competencia, el plan de marketing creando para ello también una página web y el tema financiero.

Todo ello lo hago con el fin de apoyar el empoderamiento de la mujer en el sector industrial.

# Abstract

---

In my Final Degree project, I intend to create a consulting firm that study/improve the healthy & safety services (as the main service) and the optimization of resources and time. With this, what I intend is to meet the requirement of customers and obtain the necessary information from these companies to study the profile of women entrepreneurs and innovators in the industrial sector, since there are very few women who are dedicated to it. The objective of this project is to motivate all women and youth in that sector.

To do this, we must start by determining what I am going to do, how I am going to do it, determine the market range in which I am going to focus and gather information on reports and studies carried out regarding the employment status of women, also adding the 17 fundamental sustainable development goals in companies.

Subsequently, a complete study of the business model is carried out to be able to implement it, for this it includes: a CANVAS, the market situation, the empathy maps of the possible types of customers, the competitor situation, the marketing plan creating for it also a website and financial study.

I do all this in order to support the employment of women in the industrial sector.

# Índice

---

<b>Agradecimientos</b>	<b>6</b>
<b>Resumen</b>	<b>7</b>
<b>Abstract</b>	<b>8</b>
<b>Índice</b>	<b>9</b>
<b>Índice de Tablas</b>	<b>10</b>
<b>Índice de Figuras</b>	<b>12</b>
<b>Glosario de términos</b>	<b>13</b>
<b>Objetivos del proyecto</b>	<b>14</b>
<b>1. Introducción</b>	<b>15</b>
<b>2. Metodología del trabajo</b>	<b>20</b>
<b>2.1. CANVAS del modelo de negocio</b>	<b>21</b>
<b>2.1.1. Mercado</b>	<b>22</b>
<b>2.2. Competencia</b>	<b>31</b>
<b>2.3. Plan de marketing</b>	<b>32</b>
<b>2.3.1. DAFO</b>	<b>32</b>
<b>2.3. 2. Marketing mix</b>	<b>34</b>
<b>2.4. Plan financiero</b>	<b>41</b>
<b>3. Conclusiones</b>	<b>55</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>56</b>
<b>Anexo A. Mapa de empatía</b>	<b>58</b>
<b>Anexo B. Situación de las mujeres</b>	<b>62</b>

# Índice de tablas

---

<b>Tabla 1: Datos básicos</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 2: Ventas y costes variables I</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 3: Ventas y costes variables II</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 4: Ventas y costes variables III</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 5: Ventas y costes variables IV</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 6: Ventas y costes variables V</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 7: Ventas y costes variables VI</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 8: Recursos humanos I</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 9: Recursos humanos II</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 10: Recursos humanos III</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 11: Recursos humanos IV</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 12: Recursos humanos V</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 13: Pérdidas y ganancias I</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 14: Pérdidas y ganancias II</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 15: Pérdidas y ganancias III</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 16: Pérdidas y ganancias IV</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 17: Pérdidas y ganancias V</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 18: Pérdidas y ganancias VI</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 19: Pérdidas y ganancias VII</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 20: Plan de inversión financiera</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 21: Plazos de cobros y pagos I</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 22: Plazos de cobros y pagos II</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 23: Plazos de cobros y pagos III</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 24: Plazos de cobros y pagos IV</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 25: Tesorería I</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 26: Tesorería II</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 27: Tesorería III</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 28: Tesorería IV</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 29: Gráfica resultados I</b>	<b>53</b>

<b>Tabla 30: Gráfica resultados II</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 31: Gráfica resultados III</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 32: Gráfica resultados IV</b>	<b>54</b>

# Índice de figuras y gráficas

---

<b>Figura 1: Los 17 objetivos de desarrollo sostenible</b>	<b>18</b>
<b>Figura 2: Los objetivos de desarrollo sostenibles que aplica dicha consultora</b>	<b>19</b>
<b>Figura 3: Modelo CANVAS</b>	<b>21</b>
<b>Figura 4: DAFO</b>	<b>32</b>
<b>Figura 5: Página de inicio de la web</b>	<b>35</b>
<b>Figura 6: Seguridad laboral en la web</b>	<b>36</b>
<b>Figura 7: Optimización en la web</b>	<b>37</b>
<b>Figura 8: Mujeres en la web</b>	<b>38</b>
<b>Figura 9: Precios en la web</b>	<b>39</b>
<b>Figura 10: Contacto en la web</b>	<b>39</b>
<b>Figura 11: Mapa de empatía</b>	<b>58</b>
<b>Gráfica 1: Barreras a las que se enfrenta la alta dirección</b>	<b>17</b>
<b>Gráfica 2: Número de empresas activas en España 2018</b>	<b>23</b>
<b>Gráfica 3: Número de empresas activas en Andalucía 2018</b>	<b>23</b>
<b>Gráfica 4: Número de empresas activas en Málaga 2018</b>	<b>24</b>

# Glosario de términos

---

- Base imponible: es la cantidad sobre la que se calculan los impuestos.
- Cuota tributaria: son los porcentajes que se aplican a las facturas, siendo éstos el IVA o el IRPF.
- EBIT o BAI: es el beneficio de la empresa antes de tener en cuenta los intereses y los impuestos, su fórmula es la siguiente:  $EBIT = EBITDA + depreciaciones + amortizaciones$ .
- EBITDA: es uno de los indicadores financieros más conocidos e imprescindibles en cualquier análisis fundamental de una empresa, es decir, el beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros (las ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización).
- IRPF: impuesto sobre la renta de las personas físicas. Es un impuesto de tipo progresivo, es decir, cuanto más dinero gana una persona, el porcentaje por el que tributa por este impuesto será mayor (aplicándose en dicho caso al socio).
- IVA repercutido: es el IVA que repercute las empresas a sus clientes (siendo en dicho caso del 21%).
- IVA soportado: hace referencia al IVA aplicado a la mercancía o el servicio que pagan las empresas como clientes (siendo en dicho caso del 21%).
- Margen bruto: es la diferencia entre los ingresos y los costes de los bienes vendidos entre los ingresos, expresándose en porcentajes.
- Seguridad Social: la seguridad social es la protección que una sociedad proporciona a los individuos y los hogares para asegurar el acceso a la asistencia médica y garantizar la seguridad del ingreso, en particular en caso de vejez, desempleo, enfermedad, invalidez, accidentes del trabajo, maternidad o pérdida del sostén de familia (aplicándose en dicho caso al empleado).
- Sueldos bruto y neto: el bruto corresponde a la cuantía total antes de que se produzcan retenciones, mientras que el neto se corresponde con la cantidad exacta que recibe el trabajador.
- Tipo impositivo medio: tasa porcentual que se aplica a la base imponible para obtener la cuota tributaria, puede ser fija porque no varía al incrementarse la cuota tributaria o progresiva porque varía al aumentar la cuota tributaria (siendo en dicho caso del 20%).

# Objetivos del proyecto

---

Uno de los objetivos fundamentales es el de crear un Startup con objeto de satisfacer las necesidades de los clientes en dos aspectos fundamentales para el buen funcionamiento de la empresa, tanto los de seguridad laboral como los de la optimización de tiempo y recursos. La seguridad del personal de una empresa es imprescindible, ya que se deben cumplir unos requisitos específicos en el área de trabajo y en el personal que dependen del sector en el que se centra la empresa. La optimización de los recursos a utilizar y la del tiempo a la hora de realizar las actividades también es muy importante para generar más beneficios en la empresa, pero siempre cumpliendo con la calidad esperada por los clientes de los servicios o productos a realizar.

Otro de los objetivos del siguiente proyecto es el de realizar un estudio del perfil de las mujeres en el sector industrial, ya que hay muy pocas que se dedican a ello, particularmente en puestos de dirección o cargos de responsabilidad, siendo estos ocupados por hombres de forma más habitual, por no ser tan valoradas en dicho sector. Por ello, lo que se pretende es animar a las mujeres y a las jóvenes para que se dediquen a ello.

# 1. Introducción

---

Mi proyecto surge como inquietud de conocer por qué hay pocas mujeres que se dedican al sector industrial, especialmente en puestos de dirección o gestión (puestos de mayor responsabilidad), pero solamente con realizar el estudio de ello no podría tener un negocio, ya que posiblemente no ganaría suficiente dinero como para alcanzar una cuenta de resultados aceptables. Por ello, voy a crear una consultora “LGR INGENIER@S S.L.” que ofrezca los servicios de seguridad laboral y los de optimización tanto de recursos como de tiempos y a través de mis clientes, obtener la información necesaria para llevar a cabo dicho estudio. De esa forma, tendría un negocio a través del cual gano dinero ofreciendo servicios de los que estoy formada y tengo conocimiento de ellos, y además añadiría un extra a las empresas tras realizar el estudio de las mujeres en el sector industrial.

He elegido dicho nombre “LGR INGENIER@S S.L.” por mis iniciales, por mis estudios y además S.L. por ser una sociedad limitada. La sociedad limitada es una sociedad en la que el capital social que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, estará integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. El número de socios es 1, en la sociedad sólo reputará socio a quien se halle inscrito en el libro registro de socios y cuenta con las características de: participar en el reparto de beneficios y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad, y participar en las decisiones sociales y ser elegidos administradores. Con un capital social que no podrá ser inferior a 3.000€ y deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución. Su logotipo será el siguiente:



Me voy a centrar en las empresas del sector agro, aunque eso no quiere decir que sean solamente empresas que pertenezcan al sector primario, sino que también industrial, con ello, mi empresa quiere apostar por el relevo generacional en femenino para el desarrollo rural, agrícola e incluso turístico, empresa de las mujeres jóvenes que garanticen que los pueblos de menos de 20.000 habitantes no queden despoblados por falta de suficiente natalidad, que en estos últimos años ha aumentado, ayudado además debido a que los jóvenes se marchan en busca de trabajo a

otros países o ciudades. Dichas empresas van a ser micro (hasta 10 trabajadores) y pequeñas (entre 11 y 50 trabajadores) ya que al ser una consultora de un solo trabajador al inicio y aumentándose a dos en el segundo año, no podría acaparar a las empresas de más de 50 trabajadores, aunque también podría satisfacer a las medianas y grandes empresas en un futuro. Además, centrándose en la zona de Málaga, aunque en el futuro podría extinguirse por el resto de Andalucía y llegando a más áreas de España. Dependiendo de la demanda, se vería si la sede sería únicamente la de Málaga, pero abasteciendo a toda España o si fuera necesario abrir otras oficinas en las zonas más demandadas de España. Al principio, abarcaría a todas las empresas, pero la idea es ir encaminándose cada vez más en las de mujeres.

He decidido realizar dichos servicios en LGR INGENIER@S S.L. porque los considero fundamentales para el correcto y buen funcionamiento de la empresa. El servicio de seguridad laboral es importante tanto para la empresa como para los trabajadores, ya que son leyes y normas del Estado de obligatorio cumplimiento y si no se cumplen puede ser sancionada la empresa, e incluso los trabajadores por no exigirles su cumplimiento. Con esas leyes y normas lo que se trata es de prevenir los posibles accidentes que puedan surgir en las zonas de trabajo en horario laborable, y si surgen que cumpliera con los requisitos de seguridad para los trabajadores en el área. En cambio, el servicio de optimización de recursos y de tiempos es importante solamente para la empresa, porque los trabajadores harán un trabajo u otro según se lo ordenen y para ellos los beneficios de la empresa son indiferentes. Por lo tanto, con dicho servicio lo que se pretende es mejorar los procedimientos tanto a la hora de realizarlos para mejorar el tiempo, como la utilización de los recursos necesarios para llevarlo a cabo, pero todo ello manteniendo la calidad y seguridad que se establecía antes de la optimización, lo cual, provocará una mejora en la empresa y así podrán obtener más beneficios.

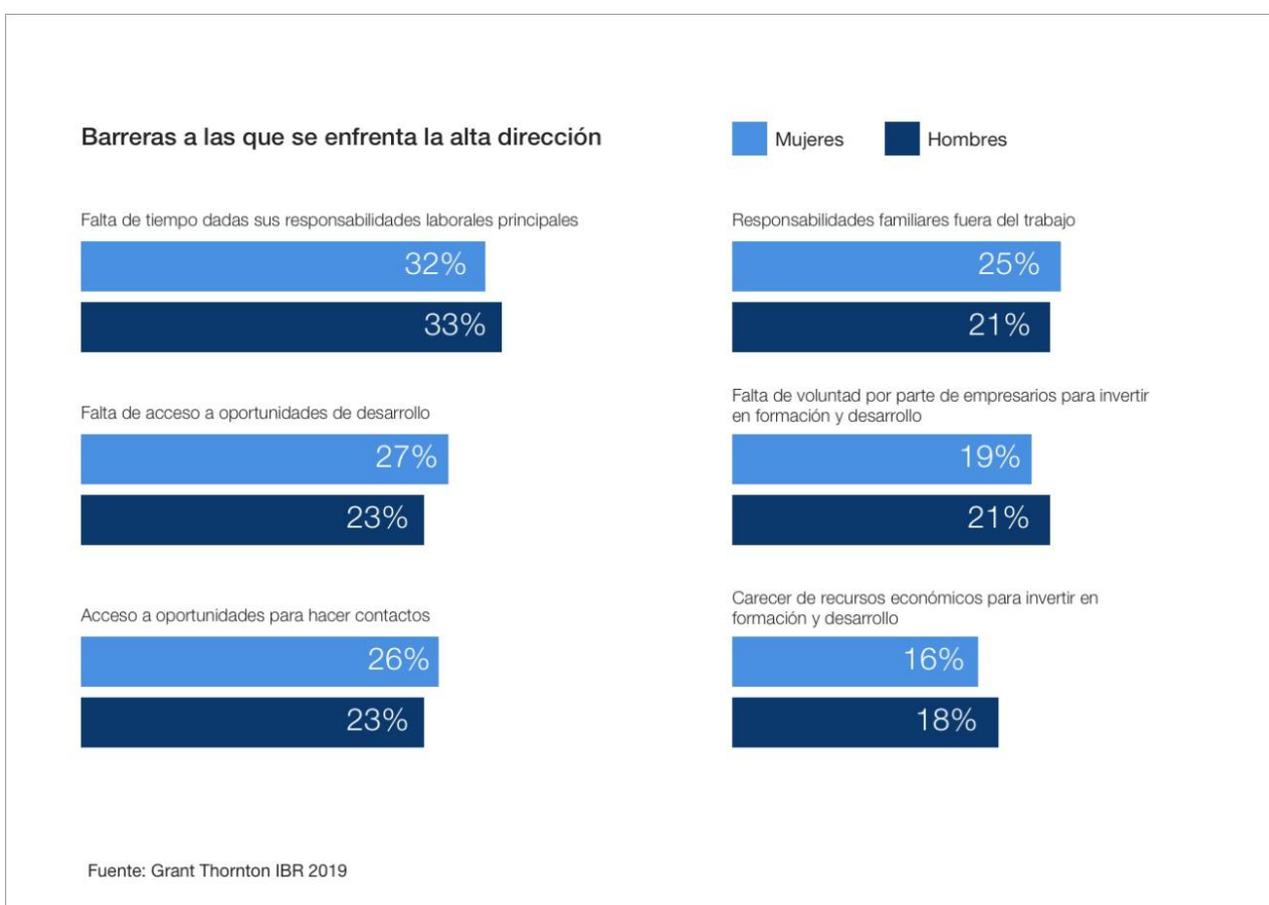
Una vez que LGR INGENIER@S S.L. satisface los servicios ofrecidos a sus clientes, podría ofrecerles otros nuevos para fidelizar dicho cliente, si ambos han quedado satisfechos. Por lo tanto, le ofrecerán servicios que hasta ese momento no se habían ofrecidos, y se desarrollaran de dos formas: contratando a alguien cualificado en ese servicio para que trabaje en nuestra oficina o contratando a otra consultora para que satisfaga las necesidades de nuestros clientes de ese servicio, ya que ellos se dedican a ello y tienen los conocimientos necesarios para resolverlo. Además, una vez que tenemos la información detallada y necesaria de las empresas de nuestros clientes, podemos realizar el estudio del perfil de la mujer innovadora y emprendedora del sector Industrial para determinar sus cualidades que las hacen diferentes a los hombres a la hora de llevar una empresa porque según un estudio realizado, el 28% de las mujeres que están al cargo de una empresa tienen una probabilidad del 50% menor de que la empresa fracase con respecto a los hombres.

Las barreras principales por las que las mujeres no llegan a optar por esos altos puestos de trabajo, se debe a: las dificultades de combinar la actividad profesional al máximo nivel con responsabilidades inherentes con el cuidado familiar, la cultura de las organizaciones es predominantemente masculina, prejuicios de género, ausencia de las mujeres en cargos directivos.

Se realizó un estudio denominado “las empresas creadas por mujeres fracasan un 28% menos que las de los hombres”. Las empresas fracasan un 58% si son creadas por hombres, mientras que si son mujeres fracasan un 30%, con ello se concluye que las empresas creadas o que se encuentren al mando de ella tienen un 28% de menor probabilidad de que fracase con respecto a los hombres. Dicho informe fue elaborado tomando como muestra 1.585 empresas a nivel

mundial del año 2017. Hoy en día, la mayoría de los países siguen mostrando la diferencia de género en el acceso a la financiación, siendo ello un factor clave para el emprendimiento y obteniéndose con dicho estudio que las mujeres solamente suponen un 18% de las empresas nuevas, por ello, los proyectos iniciados por emprendedoras tienen más dificultades de acceso a financiación. En el caso de España, cuenta con 270.000 mujeres empresarias frente a 600.000 hombres empresarios y 712.000 mujeres autónomas frente a 1.248.000 hombres autónomos. (Pidelaserra, 2018)

Igualmente, se hará un análisis de liderazgo femenino en las empresas españolas porque las mujeres directivas han empezado a tomar impulso y según mis criterios, las mujeres ingenieras y tecnológicas lo harán de la misma manera. Las empresas grandes, medianas o pequeñas, concentran en estos momentos el 30% de directivas que desarrollan su cargo de alta relevancia. El avance real del liderazgo femenino en el sector de la ingeniería y tecnología es posible, y la empresa mediante una metodología aplicada podrá desarrollar las capacidades y habilidades reportando beneficios que favorecen al liderazgo de las mujeres en dichos sectores, evitando las barreras para la progresión empresarial.



Gráfica 1: Barreras a las que se enfrenta la alta dirección

(Thornton, 2019)

Teniendo en cuenta los nuevos Objetivos de Desarrollos Sostenibles (ODS), la consultora inculcará a las empresas la inclusión de los mismo en el funcionamiento e inculcando a sus trabajador@s, la implementación en cada una de las acciones de estos objetivos. A continuación, destaco cuáles son los 17 objetivos:



Figura 1: Los 17 objetivos de desarrollo sostenible

- 1- Fin de la pobreza.
- 2- Hambre cero.
- 3- Salud y bienestar.
- 4- Educación de calidad.
- 5- Igualdad de género.
- 6- Agua limpia y saneamiento.
- 7- Energía asequible y no contaminante.
- 8- Trabajo decente y crecimiento económico.
- 9- Industrial, innovación e infraestructura.
- 10- Reducción de las desigualdades.
- 11- Ciudades y comunidades sostenibles.
- 12- Protección y consumo responsables.
- 13- Acción por el clima.
- 14- Vida submarina.
- 15- Vida de ecosistemas terrestres.
- 16- Paz, justicia e instituciones sólidas.
- 17- Alianzas para lograr los objetivos.

Entre ellos, se destacan los siguientes por ser los utilizados en dicha consultora:

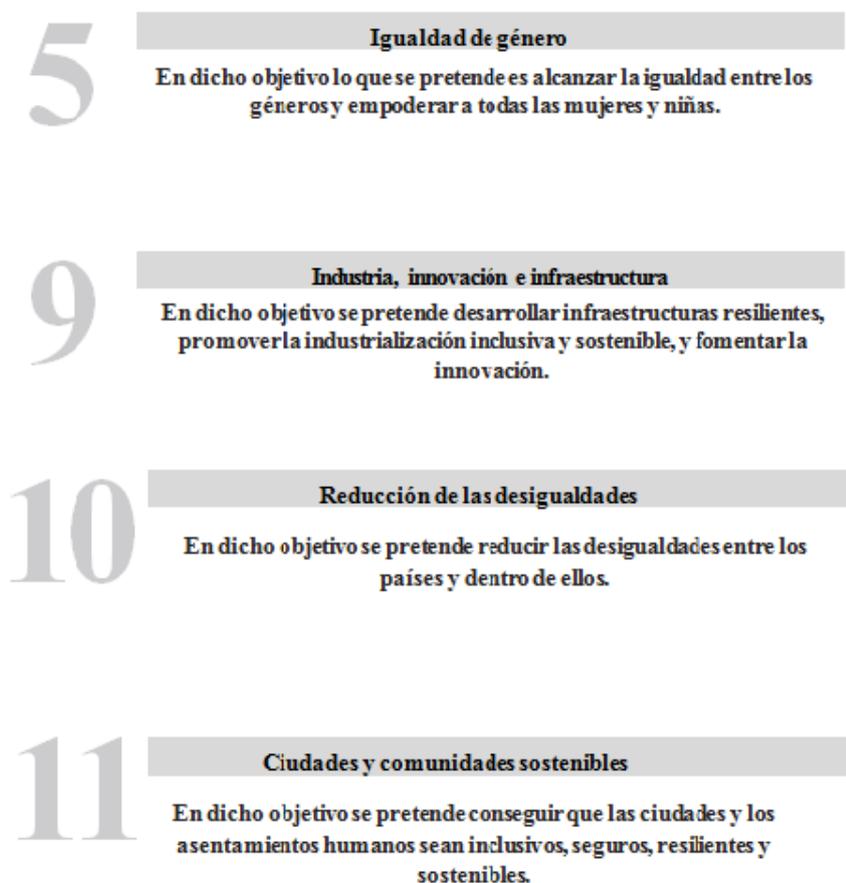


Figura 2: Los objetivos de desarrollo sostenibles que aplica dicha consultora

Dentro de los servicios que realiza la consultora podemos destacar:

- 1- Orientación hacia la empleabilidad de la mujer.
- 2- Inclusión de mujeres de todas las nacionalidades, incluyendo a las mujeres con riesgo de exclusión social (ellas pueden aportar a la empresa distintas visiones y además, la empresa recibe incentivos por tenerlas).
- 3- Networking de mujeres (espacio para generar ideas innovadoras que garanticen el éxito continuado de la empresa).
- 4- Formar a los desempleados en el área del emprendimiento como una salida laboral clave

## 2. Metodología del trabajo / desarrollo técnico del trabajo

---

Con este capítulo se pretende conocer y estudiar todo lo necesario para poder poner en marcha el negocio, es decir, determinar el mercado en el que se situará la empresa, conocer las necesidades que tienen los clientes para poder satisfacerlas, cuáles serán esos clientes y cómo captarlos, y realizar el estudio de los costes y beneficios con los datos más reales que se prevén que podrían darse. A la hora de poner en marcha un negocio se debe pivotar, es decir, se deben tener las cosas claras y tener un objetivo en la mente para llevarlo a cabo. Para ello, se ha de tener en cuenta:

- Los productos no acaban de aportar los resultados esperados en términos de satisfacción del cliente.
- La tardanza de generar valor con el producto diseñado.

Teniendo en cuenta que estamos priorizando el emprendimiento en femenino y se tiene la intención de trabajar en empresas paritarias que persiguen la igualdad, se trabajará con una metodología en femenino que capacite a las mujeres a la incorporación del mercado laboral en el sector de la ingeniería y tecnológico. Crear una cultura inclusiva que es necesario para sensibilizar a todas las empresas, no tratándose de cumplir el expediente o delimitarse a aplicar medidas correctoras a empresas que garanticen a las mismas el éxito y las nuevas oportunidades.

Se debe destacar la propuesta valor teniendo muy en cuenta a la mujer y estableciendo unas acciones de consultoría que marquen los objetivos prioritarios de la misma reforzando la formación, apoyando su talento, apostando por la empleabilidad, incluyendo colectivos de mujeres vulnerables, sea de la nacionalidad a la que pertenezca y generando networking femeninos para desarrollar ideas innovadoras en el sector de la ingeniería que garanticen el desarrollo del entorno visualizando de esta manera, no solo a la empresa de ingeniería, sino a la mujer.

## 2.1. CANVAS del modelo de negocio



Figura 3: Modelo CANVAS

- Propuesta de valor

LGR INGENIER@S S.L. se crea para ayudar a satisfacer las inquietudes, necesidades y problemas que tienen sus clientes sobre los servicios de seguridad laboral y los de optimización tanto de recursos como de tiempo, ya que ellos por sí solos no pueden resolverlos al no tener la capacidad ni los conocimientos de ello.

La preocupación de los clientes es ser sancionados por no cumplir con las normas ni leyes de obligatorio cumplimiento, por ello, necesitan la ayuda de LGR INGENIER@S S.L. que se encargará de llevarlo a cabo para que lo tengan todo en regla, en orden y actualizado. LGR INGENIER@S S.L. se dedica a ello y sabe dónde buscarlo y cuáles son las actualizadas que hay que cumplir en cada tipo de empresa, aún siendo del mismo sector si se cumplen, pero se encuentran desactualizadas no sirve de nada, es igual que si no las hubieses cumplido y puedes ser sancionado por no estar a la orden del día. Dichos clientes también tienen la necesidad de mejorar la situación de su empresa, es decir, desarrollar las actividades que realicen optimizando los recursos y los tiempos. Para ello es necesario que LGR INGENIER@S S.L. conozca todos los datos de dicha empresa con respecto al número de trabajadores, las actividades que realizan, el tiempo que tardan en realizarlas y cómo las realizan,.. así LGR INGENIER@S S.L. podrá estudiarla para mejorar su situación laboral, pero teniendo la misma calidad en sus productos o servicios a realizar.

La empresa consultora denominada “LGR INGENIER@S S.L.” se diferencia de las demás de su competencia porque ofrece los servicios de seguridad laboral y de la optimización tanto del tiempo como de los recursos, ya que ninguna se encarga de realizar dichos estudios de optimización, aunque los servicios de seguridad laboral son similares a los de prevención de riesgos. El servicio de seguridad laboral es imprescindible en todas las empresas por la seguridad de los trabajadores para evitar accidentes laborales, cómo actuar en caso de emergencia y el estado en el que se encuentra el área de trabajo, lo cual, permite reducir el riesgo. Los servicios tanto de optimización de tiempo como de recursos, también son muy importantes para garantizar el máximo rendimiento de la empresa utilizando el menor tiempo y

recurso posible, pero siempre teniendo en cuenta que la calidad sea la misma, eso llevará a un mayor beneficio de la empresa que podrá ser invertido en innovaciones de máquinas, del área de trabajo, de formación profesional e incluso de mejores condiciones para trabajadores. También se diferencia por la calidad de los documentos con los que trabajan y los que realizan, la confianza mutua entre la empresa por el trabajo a realizar y la confianza del cliente para cumplir su compromiso de pagar, esperar el plazo acordado y esperar que dicha empresa satisfaga sus necesidades, la empatía de la empresa con los clientes, la seguridad de que la empresa consultora tiene la capacidad para resolver sus necesidades y va a realizar los servicios de forma clara, actualizada y correspondiente a su empresa en el plazo de entrega y al precio fijado.

La empresa consultora cobra por horas, pero dependiendo del servicio a realizar cobra a un precio u otro: por horas sueltas, de 20 a 30 horas, de 30 a 50 horas, más de 50 horas, por haber sido clientes anteriormente o por charlas de formación y para darse a conocer.

En dicho apartado, se debe destacar el pivote de necesidad del consumidor, ya que con ello, se determinan los problemas importantes para los consumidores y así el equipo de LGR INGENIER@S S.L. podrá solucionárselos. En algunos de los casos, dichos problemas pueden requerir más que el reposicionamiento del servicio existente, sin embargo, en otros casos, será necesario un servicio totalmente nuevo. La hipótesis inicial se confirma parcialmente, es decir, el consumidor tiene un problema que tiene que solucionar, pero no es el que se había anticipado inicialmente.

- Segmentos de clientes

LGR INGENIER@S S.L. se va a centrar en las micro empresas que tienen de 1 a 10 empleados y las empresas pequeñas que tienen menos de 50 trabajadores, aunque también puede ofrecerle servicios a las medianas y grandes empresas. Siendo las empresas del sector agro, es decir, que pertenezcan al sector primario. Definiéndose dicho sector como: “sector de la economía que comprende las actividades productivas de la extracción y obtención de materias primas, como la agricultura, la ganadería, la apicultura, la acuicultura, la pesca, la minería, la silvicultura y la explotación forestal”. Eso no quiere decir que solamente sean empresas que se dediquen a las actividades mencionadas, sino que pueden ser otras actividades relacionadas con ellas como la del sector industrial. Un ejemplo de ello es una empresa agraria que cultiva manzanas y a través de un proceso industrial hace que esas manzanas sufran una transformación añadiéndoles valor en cada paso. Primero hay que lavarlas, después cortarlas y por último envasarlas con su marca para ponerlas a la venta en los supermercados, pero siempre cumpliendo con las normas de calidad y el registro de sanidad.

#### 2.1.1. Mercado

Según el INE (Instituto Nacional de Estadística), el número de empresas en España hasta el año pasado ascendió a 3.337.646, en Andalucía a 509.137 empresas y en la zona de Málaga a 123.109 empresas. Dichos números van aumentando con respecto a los años anteriores, ya que nos encontramos en un momento de auge económico, aunque se puede observar en las gráficas la decaída de las empresas durante los años de crisis.



Gráfica 2: Número de empresas activas en España 2018

(Estadística, 2018)



Gráfica 3: Número de empresas activas en Andalucía 2018

(Estadística, 2018)



Gráfica 4: Número de empresas activas en Málaga 2018

(Estadística, 2018)

De las 123.109 empresas malagueñas, 45.144 son de sociedad limitada, lo cual quiere decir que se quedan excluidos los autónomos y las cooperativas. Me voy a centrar en ellas, ya que son empresas chicas, es decir, que no cuentan con un capital social superior al de 3.000€. Por mi tipología de empresa pequeña, durante el primer año intentaré acometer únicamente el 0,01% de las empresas, ya que es un dato asumible y de fácil acercamiento con 5 empresas, habiendo tenido ya contacto con 3 de ellas, siendo dichas empresas de la zona y del sector primario. He puesto 5 empresas porque al tener ya 3, no sería difícil conseguir otras dos más. De las 1.245 horas que he estimado trabajar durante el primer año, se repartirían entre ellas, obtenido un total de 249 horas anual dedicadas a cada una de las empresa y siendo 20 horas mensuales (aunque dichos datos, pueden variar dependiendo la empresa), esto solo es una estimación. Para el segundo año, se tiene una previsión de 1.920 horas contando con la ayuda de un empleado más, con las cuales, se prevé un crecimiento del 62,5%, es decir, un aumento de empresas a 8, pudiendo ser todas nuevos clientes o algunos de los anteriores y otros nuevos.

Los posibles clientes pueden ser de dos tipos: clientes directos o usuarios.

- Si el cliente es directo, acude directamente a LGR INGENIER@S S.L. con los problemas o necesidades que tiene para que se los satisfaga de la forma más adecuada y correcta posible, ya que ellos carecen de esos conocimientos y no pueden resolverlos solos, por ello necesitan pedir ayuda a personal cualificado y experto en dicho sector.

-Si el cliente es usuario, lo cual quiere decir, es cliente de otra empresa y dicha empresa es la que contrata a LGR INGENIER@S S.L. para que le resuelva las necesidades de sus clientes, ya que ellos se dedican a otros sectores y dichos conocimientos no los tienen tan desarrollados. Pudiendo ser dicha empresa uno de nuestros socios, con lo cual, ambos nos ayudamos o simplemente un cliente más.

\*(En el Anexo A aparece explicado de forma detallada los mapas de empatía de cada uno de los tipos de clientes).

- Canales

Al cliente, hay que darle toda la información de lo que hay que hacer, es decir, explicarle de forma detallada los pasos a seguir con la documentación necesaria para llevarlo a cabo. Entre ellos, se encuentran los datos necesarios de la empresa cliente para poder satisfacerle las necesidades, las leyes y normas de obligatorio cumplimiento que se van a seguir con respecto a su tipo de empresa (ya que no todas siguen las mismas), las formas de pago, las fechas de entrega, la calidad, seguridad y confianza para realizarles los servicios satisfaciendo sus necesidades. Una vez que el cliente conoce toda la información, tiene que tomar la decisión de elegir dicha empresa consultora entre otras de su competencia. Para captarlo, debe diferenciarse de los demás por algo, ya sea el precio, la confianza porque ha oído hablar de ella de otros clientes,... Tras tomar la decisión de elegir a LGR INGENIEROS S.L., es el momento de cumplir con todas las condiciones ofrecidas y satisfacer las necesidades que el cliente tenía, cumpliendo con sus objetivos.

Tras finalizar el proceso de la realización de los servicios, llega el momento de la entrega y LGR INGENIER@S S.L. debe entregárselo a sus clientes por escrito, ya sea en papel o por vía e-mail. Pero además de eso, LGR INGENIER@S S.L. debe explicarle a sus clientes de forma concisa lo que pone en esos documentos para que ellos lo entiendan y queden satisfechos con los servicios recibidos, ya que cumplen con las expectativas que ellos necesitaban. Una vez que LGR INGENIER@S S.L. le ha terminado de realizar los servicios a sus clientes, tiene que intentar que no se le vaya ese cliente porque en una empresa lo peor que puede pasar es perder clientes. Por ello, tiene que ofrecerles otros servicios que no les había ofrecido antes, como por ejemplo, la asesoría fiscal o la gestión de nóminas, ya que si necesita de estos servicios y ha quedado satisfecho con nosotros se quedará, y si no lo necesita en ese momento, cuando lo necesite volverá para repetir de los servicios ofrecidos anteriormente o de los nuevos. Si han quedado conformes ambas partes, podrán darse publicidad una de la otra para obtener nuevos clientes, y los clientes podrán recomendársela a otras empresas con seguridad y confianza por los servicios y el trato obtenido.

El contacto entre LGR INGENIER@S S.L. y sus clientes se realiza a través de dos canales: presencial o telefónica y vía online con el apoyo de una web que informará tanto de los servicios como de los precios al cliente, es decir, la presencial es la más recomendable, ya que le explica de forma detallada cada punto del documento que se le entrega, así lo tiene delante y puede ir preguntando en el momento; si es vía online, LGR INGENIER@S S.L. tendría que enviarle el documento por e-mail y llamar a la empresa para explicarle su contenido, pero sería de forma breve, es decir, no sería tan detallada paso a paso delante del documento, ya que tendrían que haberlo leído para que después de esa explicación les quede claro su contenido. Si a la hora de ponerlo en práctica tienen alguna duda, pueden llamar o asistir al establecimiento para resolverlo.

- Relaciones con los clientes

Los servicios que ofrece LGR INGENIER@S S.L. los da a conocer a través del propio establecimiento, de la página web, de las redes sociales, del correo electrónico, del linkedin, de las reuniones y charlas. De esta forma, los posibles clientes tendrán información general sobre cómo funciona nuestra empresa y tendrán facilitada la forma de ponerse en contacto con nosotros para realizarnos preguntas más detalladas y personalizadas sobre las necesidades que

tienen los posibles clientes. Aunque otra forma de darse a conocer LGR INGENIER@S S.L. es a través de los clientes anteriores o que sigan siéndolo actualmente, y cuenten sus propias experiencias de forma personal. Siendo ésta una de las mejores formas de darse a conocer por el boca a boca de los demás.

LGR INGENIER@S S.L. se comunica con sus clientes de forma personal, es decir, a través de la visita personal del cliente en la oficina para comunicarle sus inquietudes y necesidades y así informarse sobre la calidad, la seguridad, el plazo de entrega, el coste, la información de la empresa del cliente para llevarlo a cabo y el cumplimiento con las leyes y normas de obligado cumplimiento de los servicios que le van a ofrecer. Esa comunicación de forma personal también puede darse cuando el cliente se ha puesto en contacto con LGR INGENIER@S S.L. a través de otros medios como vía e-mail, por teléfono o a través de las plataformas online y necesita que el encargado de LGR INGENIEROS S.L. visite la empresa del cliente para ver las condiciones en las que trabajan y así poder mejorar su situación laboral, tanto para cumplir con las normas y leyes establecidas, como para mejorar el rendimiento de la empresa y obtener más beneficios.

Esos otros medios de comunicación como vía e-mail, por teléfono o a través de las plataformas online, se realizan cuando el cliente manda correos electrónicos a LGR INGENIER@S S.L., cuando le realiza llamadas o cuando visita su página web y redes sociales para ponerse en contacto con ellos para que le ayuden a resolver dichas necesidades que le inquietan y por sí solos no serían capaces de desarrollarlas.

Como en todas las empresas, habrá clientes que resulten ser fieles porque se encontrarán satisfechos por los servicios recibidos por parte de LGR INGENIER@S S.L. cuando lo necesitaron y además, dichos clientes respondieron de forma coherente con respecto al pago, al tiempo de espera para realizarlo y a la confianza en dicha empresa para cubrirle las necesidades que tienen ofreciéndoles la información necesaria para realizarlo. Esos clientes volverán a repetir cada vez que tengan otras necesidades que LGR INGENIER@S S.L. pueda satisfacerles, pero además, ellos hablarán de dicha empresa para darles publicidad y poder obtener más clientes. Con todo ello, se obtendrá una reputación que haga que se capten nuevos clientes y que los clientes ya captados continúen demandando otros servicios.

Otra forma de captar a posibles clientes puede ser a través de que LGR INGENIER@S S.L. realice charlas para informar sobre los servicios que ofrece y lo importantes e imprescindibles que son para mejorar tanto la situación laboral como la de la empresa, es decir, para obtener más beneficios en las empresas de sus clientes. Esas charlas pueden darse en ferias de muestras, cuando las empresas van a exponer los servicios o productos que ofrecen; a través de las cooperativas que reúnen a sus clientes para ofrecerles información y nos ofrecen la posibilidad de conocer empresas (posibles nuevos clientes) que podemos ayudarles en aspectos fundamentales y necesarios para llevar a cabo su empresa de forma segura, cumpliendo con las normas y de forma eficiente. Si los clientes están satisfechos y de acuerdo con LGR INGENIER@S S.L., ella les dará publicidad y así se beneficiarán ambas partes. De esta forma, se les facilita el contacto y ya tendrán la información sobre LGR INGENIER@S S.L. cuando las empresas clientes tengan alguna necesidad de las que ella ofrece y tengan que elegir entre esa y otras de su competencia.

- Fuentes de ingresos

Los ingresos para LGR INGENIER@S S.L. serán por precio dinámico, es decir, por la negociación de los servicios que le va a ofrecer (horas).

Se va a cobrar por las horas de trabajo prestadas, es decir, por las horas que se tarda en realizar cualquiera de los servicios que ofrece LGR INGENIER@S S.L., pero dependiendo de las horas a un precio:

- Si son horas sueltas de nuevos clientes a 80 € cada hora.
- Si son horas sueltas de antiguos clientes y cooperativas a 65 € cada hora.
- Si son de 20 a 30 horas de nuevos clientes a 78 € cada hora.
- Si son de 20 a 30 horas de antiguos clientes y cooperativas a 63 € cada hora.
- Si son de 30 a 50 horas de nuevos clientes a 76 € cada hora.
- Si son de 30 a 50 horas de antiguos clientes y cooperativas a 61 € cada hora.
- Si son más de 50 horas de nuevos clientes a 74 € cada hora.
- Si son más de 50 horas de antiguos clientes y cooperativas a 59 € cada hora.
- Si son para dar charlas de formación y para darse a conocer a 70 € cada hora.

\*(Señalo las diferentes horas para poder entender posteriormente el plan financiero).

A las empresas nuevas también se les haría una promoción de 5 € menos la hora si trae un nuevo cliente, es decir, si dicha empresa cliente contrata a LGR INGENIER@S S.L. por horas sueltas siendo a 80 € la hora, pero si trae a un nuevo cliente se le cobraría a 75 €. Ese descuento solamente ocurre durante el periodo en el que se le están realizando los servicios a ella, una vez finalizado y entregado sus servicios contratados no se le realizará la oferta porque si necesitara otros servicios de LGR INGENIER@S S.L. ya pasaría a tener el precio de antiguo cliente que es más barata la hora.

Cuando la empresa consultora tiene a los clientes satisfechos, dichos clientes irán hablando bien y recomendándoles a las demás empresas cuando necesiten de algunos de esos servicios, lo cual, va dando publicidad de forma gratuita. También ocurre que cuando los clientes han confiado en LGR INGENIER@S S.L. para satisfacer sus necesidades y dichos clientes han respondido adecuadamente, LGR INGENIER@S S.L. publica en sus redes sociales y en su página web los clientes que han optado por sus servicios para darles publicidad a dichas empresa, siempre que estén ambas partes de acuerdo. De esta forma, algún posible cliente nuevo para LGR INGENIER@S S.L. podría ponerse en contacto con esas empresas clientes para realizarles cuestiones sobre su experiencia y satisfacción con respecto a los servicios obtenidos por parte de LGR INGENIER@S S.L.

- Recursos claves

Entre los recursos claves que necesitaría la propuesta de valor se encuentra la continua comunicación entre LGR INGENIER@S S.L. con sus posibles nuevos clientes para captarlos, con sus clientes de ese momento para que queden satisfechos de los servicios prestados y de sus antiguos clientes preocupándose de cómo les va con los servicios que recibieron de ellos, si necesitan su ayuda y ofrecerles nuevos servicios como por ejemplo de asesoría fiscal o de gestión de nómina, y de esta forma si el cliente quedó satisfecho repetirá con los servicios

recibidos anteriormente porque haya cambiado el área de trabajo, tenga más trabajadores, haya incluido nuevas actividades, tenga que cumplir con las nuevas normas y leyes (ya que las que se realizaron en su momento ya no se encuentran actualizadas),... Por ello, LGR INGENIER@S S.L. debe ser constante y tenerlos contentos en todo momento porque así no solo se ganarán esos clientes, sino que podrán tener nuevos gracias al boca a boca de ellos.

Otro de los recursos claves que necesitaría la propuesta de valor sería realizarle los servicios a las cooperativas porque de esta forma, además de satisfacerles las necesidades que tienen de los servicios de la empresa consultora por no ser capaces de llevarlos a cabo solos. Aunque en este caso, el precio por hora de trabajo será a un precio inferior que al resto de las empresas porque gracias a la cooperativa se puede dar publicidad de LGR INGENIER@S S.L. y obtener más clientes. Allí se pueden reunir las empresas que se encuentren en dicha cooperativa y además las asociadas a ellas, como pueden ser los bancos entre otros, y LGR INGENIER@S S.L. irá a darse publicidad de ella, es decir, a explicarles cómo funciona dicha empresa: la profesión que tienen, a qué se dedican (los servicios que ofrecen), cómo realizan el trabajo de esos servicios, cómo son las formas de pago, sobre las fechas de plazo de entrega, cómo realizan la entrega de los documentos tras realizar los servicios requeridos, garantizar la calidad, seguridad y confianza en sus servicios,...

Otro de los recursos claves serían los colaboradores externos que permitan dar al cliente otros servicios “gancho” que satisfaga todas sus necesidades empresariales, apostando por un servicio integral de consultoría

- Actividades claves

Las actividades claves son las de optimización tanto del tiempo como de los recursos y las de seguridad laboral, ya que son los servicios que LGR INGENIER@S S.L. ofrece a sus clientes.

Otra actividad que se encuentra es la de reunirse con sus posibles nuevos clientes gracias a las cooperativas. Dicha reunión consiste en juntar a las empresas que son socias de las cooperativas y a las que se encuentran asociadas a ella para que LGR INGENIER@S S.L. se dé a conocer ante ellas para cuando necesiten ayuda sobre algunas de las actividades que ella pueda resolverles no duden en elegirla ante las demás que puedan resolverles también su problema, es decir, su competencia. LGR INGENIER@S S.L. se da a conocer informándoles sobre las actividades que desarrollan y la importancia de ellas en la empresa, las formas de pago, la calidad y seguridad de que lo que realizan es correcto y se corresponde con las normas y leyes de obligatorio cumplimiento y la confianza, ya que ellos tienen los conocimientos necesarios para desarrollar dichas actividades.

Otra actividad es la forma de pago, que LGR INGENIER@S S.L. da dos formas de ello para que el cliente decida la que mejor le convenga:

- Una es pagar el 50% antes de empezar a desarrollar las actividades, es decir, cuando el cliente ya conoce toda la información necesaria sobre la necesidad que tiene y decide que LGR INGENIER@S S.L. se encargue de ello, y el otro 50% al final, es decir, cuando ya se le han desarrollado las actividades al cliente y tras darle los documentos y explicarles de forma clara y breve sobre lo que pone en ellos para que el cliente lo entienda, es el momento en el que el

cliente debe pagarle la otra mitad del precio acordado a LGR INGENIER@S S.L. para finalizar el pago del servicio prestado.

- Otra es pagar por meses, un ejemplo de ello sería: si LGR INGENIER@S S.L. tiene que dedicar a uno de sus clientes 6 horas durante ese mes para realizarle los servicios contratados, a final de mes solamente pagará esas horas trabajadas al precio acordado (según lo que se haya contratado al inicio). De esta forma, no será necesario pagar antes de comenzar a desarrollar los servicios encargados.

La forma de cobro puede ser a través de transferencias bancarias para que quede constancia de que se ha pagado, dónde, el día y la hora, o también puede ser en efectivo, es decir, que el cliente vaya al establecimiento donde tiene la sede LGR INGENIER@S S.L. y le pague en mano, pero además se necesita un justificante de ello en el que ponga: el nombre de quién paga con el nombre de la empresa cliente, quién recibe ese dinero de parte de LGR INGENIER@S S.L., la cantidad de ello, la fecha, el día y firma de ambas partes para que quede constancia de que ambos están de acuerdo con ello.

En el caso de que el cliente opte por el pago del 50% y 50%, y no abone la primera cantidad, se le puede dar un plazo de un mes y empezar a realizarle las actividades, si en ese plazo no paga, se paraliza el trabajo y no se le continuará hasta que pague. En el caso de que el cliente opte por el pago mensual, se le comienzan a desarrollar las actividades y si el primer mes no paga se le puede dar otro mes de plazo, pero si al segundo mes sigue sin pagar se para hasta tener el pago de esos dos meses.

- Asociaciones claves

Los socios claves de LGR INGENIER@S S.L. son los bancos, las cooperativas y si fuera necesario otra consultora.

Tener como socio al banco es uno de los beneficios que puede tener la empresa, ya que con su ayuda se puede ahorrar dinero, de comisión e intereses, entre otros. . Por ejemplo, cuando tienes que cobrar algún pagaré bancario si lo cobras por adelantado deberías de pagar un porcentaje de la cantidad que vas a recibir, pero si tienes alguien conocido que te ayude podrás recibir ese dinero sin necesidad de tener que pagar nada. Pero para que sea socio de la empresa debe tener una relación con ella, es decir, el encargado tiene que tener una relación muy fuerte y estrecha para que haga ese favor, o que LGR INGENIER@S S.L. le realice algún servicio gratuito o a un precio inferior. Lo cual, quiere decir que si ambos se ayudan se obtienen más beneficios mutuos.

La relación con las cooperativas es muy importante porque por realizarles servicios de los que ofrece la empresa consultora a un menor precio, se gana en publicidad, es decir, que por ello dicha empresa podrá ir a las cooperativas a dar charlas para darse a conocer ante las empresas que sean socias de ellas y así, podrán tener nuevo clientes porque cuando alguna de esas empresas necesiten ayuda con respecto algunos de sus servicios acudirán a ellas.

También podría definirse como una asociación clave una consultora externa que se contrata para realizar ciertos servicios. Eso quiere decir, cuando la empresa tiene un cliente no puede perderlo tras satisfacer sus necesidades con los servicios que le ha ofrecido, por ello, LGR INGENIER@S S.L. debe ser constante y mostrar su interés por el cliente y ofrecerles servicios nuevos, por ejemplo la asesoría fiscal o la gestión de nóminas podrían ser esos servicios extras

para ofrecerles. En LGR INGENIER@S S.L. no pueden ofrecerlos por sí solos porque el personal que se encuentra hasta el momento no tiene los conocimientos de ello, por lo tanto hay dos posibilidades: contratar a alguien que tenga la capacidad de resolver ese tipo de servicios o contratar a otra consultora que esté especializada en esos servicios para que le resuelva las necesidades que tiene para poder responder adecuadamente y satisfacer las necesidades de sus clientes.

- Estructura de costes

Los costes de LGR INGENIER@S S.L. serán tanto los gastos generales, como los de marketing, como los de recursos humanos. Entre ellos se encuentran los siguientes gastos mensuales:

- El alquiler de la oficina, situada en la Avenida Andalucía 25 (Málaga) por 550 €.
- Suministros mensuales por: 50 € de comunidad, 10 € de agua, 40 € de teléfono e internet y 200 € de luz = 300€.
- Para realizar la limpieza del establecimiento, se contrata a una persona dos días a la semana, siendo de una hora cada día por 64 €.
- El pago mensual de las infraestructuras, es decir, por la compra de las sillas, las mesas, estanterías,... es de 34 €.
- El pago mensual por la compra de la electrónica, es decir, de los ordenadores, la impresora, el teléfono y además la página web es de 62 €.
- El salario del ayudante (1.200 €) incluyendo la seguridad social (40% más) es de 1.680 €.
- Mi salario (1.800 €) incluyendo la tarifa plana de autónomo nuevo (60 €) es de 1.860 €.
- Por el coche 365 €, incluyendo su compra (125 €) y los gastos de combustible (200 €) y mantenimiento (40 €).
- Seguros del establecimiento (150 €) y del personal (300 €) por 37,5 €.
- Los gastos de la comunicación para dar publicidad (repartiendo bolígrafos con el nombre de LGR INGENIEROS S.L., folletos con toda la información necesaria para darse a conocer ante posibles nuevos clientes, tarjetas que contengan las distintas formas de ponerse en contacto con ella, así como el número de teléfono o el correo electrónico, y además las redes sociales) por 100 €.

Todo ello suma un total de 5.052,5 €.

Se trabajaría 8 horas al día, 5 días a la semana, durante 4 semanas al mes, por lo tanto,  $8 \times 5 \times 4 = 160$  horas al mes de trabajo.

$5.052,5 \text{ €} / 160 \text{ h} = 31,6 \text{ €/h}$  mínimo.

Al comienzo de la actividad, los costes se han intentado reducir al mínimo para poder ofrecer un servicio viable. Pero además de ello, debemos añadirle unos beneficios para LGR INGENIER@S S.L., por lo tanto, se incrementará a 80 € la hora del trabajo a realizar. Ese incremento es debido a que LGR INGENIER@S S.L. debe tener unos beneficios ahorrados para: su IRPF, en su inicio no sería necesario contratar a una persona encargada de llevar las redes sociales aunque más adelante en el futuro podría ser necesaria, los meses que se realicen menos servicios, por si tuviera que hacer muchos servicios y se dieran horas extras o si

necesitara contratar a alguien más para que ayude a llevar a cabo los servicios o por si surgiera algún imprevisto, como por ejemplo, que el alquiler del local se tuviera que dejar por algún problema en el edificio.

Eso no quiere decir que todas las horas se incrementen a ese precio, sino que a partir de ese se le van realizando los descuentos mencionados anteriormente (según las horas contratadas y el tipo de cliente).

## **2.2. Competencia**

Entre las empresas de nuestra competencia por realizar servicios de seguridad laboral, vamos a destacar las siguientes para explicar cuáles son los servicios que ofrecen, cómo lo realizan, el tamaño de la empresa,...

La empresa “Valora Prevención” ofrece los servicios de seguridad laboral, higiene industrial, ergonomía y psicología. La seguridad laboral consiste en estudiar los centros de trabajo, evaluar los riesgos a los que están expuestos los trabajadores y poner en marcha las actuaciones necesarias para conseguir entornos de trabajo más seguros, dentro de ella se encuentran: las atmósferas explosivas, la coordinación de actividades empresariales, la evaluación de los equipos de trabajo, el plan de seguridad en obra, el plan específico de amianto, los planes de autoprotección, los planes de movilidad y los trabajos en altura. La higiene industrial consiste en prevenir enfermedades laborales estudiando el medio ambiente físico, químico y biológico del trabajo, aportando soluciones sobre el foco emisor, el medio de propagación o actuando en última instancia con el receptor, dentro de ella se encuentran: la evaluación de contaminantes físicos, la evaluación de contaminantes químicos, la evaluación de contaminantes biológicos, la evaluación de amianto y la calidad ambiental en interiores. La ergonomía consiste en evaluar las condiciones de trabajo y ayudar a diseñar o adaptar el puesto de trabajo a la persona en aras de prevenir el daño e ir trabajando en la adaptación futura del puesto, dentro de ella se encuentran: la evaluación de movimientos repetitivos, la evaluación de posturas forzadas, la evaluación de la manipulación manual de cargas, las soluciones para la mejora ergonómica del puesto y la elaboración de profesiogramas del puesto de trabajo. La psicología consiste en realizar planes integrales con el objetivo de conseguir una organización saludable y la satisfacción de sus trabajadores, dentro de ella se encuentran: la evaluación de factores psicosociales, el desarrollo e implementación de protocolo contra situaciones de acoso o violencia laboral y soluciones para el desarrollo del potencial humano. Cuenta con más de 250 empleados y con un rango de ventas entre 6 y 30 millones de euros. Dicha empresa cobra por las horas del servicio prestado, variando dependiendo el cargo que sea, por ejemplo la hora del técnico es distinta de la hora de los que trabajan en la consultora, pero ellos no ofrecen ofertas a sus antiguos clientes.

Otra empresa que forma parte de nuestra competencia es “Iluro de Prevención S.L.”. Dicha empresa realiza los servicios de la prevención de riesgos laborales y la vigilancia y protección de la salud de los trabajadores de las empresas. Contando con un número de empleados entre 5 y 25, y con un rango de ventas entre 300 y 600 mil euros.

## 2.3. Plan de marketing

### 2.3.1. DAFO



Figura 4: DAFO

#### ➤ Factores internos

- Dentro de las fortalezas de LGR INGENIER@S S.L. se encontrarían:
  - Los conocimientos con los que cuenta para desarrollar los servicios que ofrecemos tanto de seguridad laboral como de optimización de recursos y tiempos.
  - Ser una consultora nueva, lo cual puede producir un mayor número de clientes, ya que al ser una consultora nueva, cuenta con los últimos conocimientos y tecnologías para llevar a cabo los servicios, y por ello, los clientes optan por elegirlos para conocerla.
  - La relación con partners, es decir, con los socios. Si LGR INGENIER@S S.L. tiene buena relación con ellos, ambos pueden beneficiarse, ya que pueden darse publicidad uno del otro y así poder captar nuevos clientes y además, podrán beneficiarse económicamente haciéndose favores a cambio o descuentos.
  - Los bajos costes por ser una micro empresa, ya que cuenta con menos de 10 empleados inicialmente.
  - La baja competencia en los servicios de optimización de recursos y tiempos porque no hay muchas empresas que se dediquen a dichos servicios, aunque para el servicio de seguridad laboral no sería tan baja la competencia, pero puede mejorar ya que al ofrecer los servicios de optimización que no son muy comunes y son importantes para la mejora de la empresa, los clientes que contraten a LGR INGENIER@S S.L. para dichos servicios, si necesitan de los otros de seguridad laboral también la contraten y no tendrán que irse a otros de la competencia.

- La estrecha y personalizada relación con los clientes, ya que los servicios no los realiza de forma general, sino que depende de cada empresa: las condiciones laborales, el tipo de sector en el que se desarrollen,...
- Dentro de las debilidades de LGR INGENIER@S S.L. se encontrarían:
  - La nueva marca en el mercado porque al no ser conocida, puede que los clientes se vayan a lo conocido tras no oír hablar de ella o que ya tengan experiencias con otras consultoras teman al cambio.
  - El bajo presupuesto de la publicidad para el marketing, ya que al ser nueva no cuenta con mucho dinero para darse a conocer, pero una vez que tenga clientes, dichas empresas si quedan satisfechas por los servicios recibidos, podrán darles publicidad a través del boca a boca.
  - La falta de experiencia por llevar poco tiempo desarrollando dichas actividades.

➤ Factores externos

- Dentro de las oportunidades de LGR INGENIER@S S.L. se encontrarían:
  - El obligatorio cumplimiento de las normas y leyes establecidas por el Estado que dependen de la empresa y el sector al que se dediquen, pero deben cumplirse por la seguridad laboral del personal. De no ser así, podrían ser sancionados por su incumplimiento. Con ello, lo que se pretende es que tanto el área del trabajo como los trabajadores cumplan los requisitos mínimos necesarios para evitar algún accidente laboral o por si surgiera, saber cómo actuar y contar con los recursos para llevarlo a cabo.
  - Las actualizaciones de dichas normas y leyes son fundamentales, ya que si se cumplen las anteriores, pero no las últimas que han establecido es como si nos las hubieses cumplido por no ser las actuales que exigen, y por ello, también pueden ser sancionados por la falta de información sobre las nuevas normativas.
  - La posibilidad de que surja una crisis estatal a nivel nacional dependiendo del Estado o del Gobierno, o incluso de los medios de comunicación debido a: los elevados accidentes laborales que ocurran por no cumplir con las normas y leyes exigidas, la exigencia de muchos requisitos a cumplir y el aumento de inspectores para la revisión de ello es un gran problema, el fracaso de las empresas al no llevar bien la gestión de los tiempos y recursos que necesitan para desarrollar sus actividades o servicios, por lo tanto, todo ello provoca un aumento de clientes para LGR INGENIER@S S.L. ya que tienen más inquietudes y necesidades que satisfacer.
- Dentro de las amenazas de LGR INGENIER@S S.L. se encontrarían:
  - La excesiva competencia de grandes multinacionales sobre todo en el servicio de seguridad laboral o prevención de riesgos laborales, ya que es fundamental en todas las empresas.
  - El cambio legislativo de no ser de obligatorio cumplimiento las normas y leyes establecidas por el Gobierno para la seguridad en las áreas de trabajo.
  - Presión fiscal excesiva a las empresas, es decir, que la subida de los impuestos se incremente demasiado y las empresas no puedan costearlo para continuar con la empresa hacia adelante.

### 2.3.2. Marketing mix

Como producto de LGR INGENIER@S S.L. sería el seguimiento de los servicios de seguridad laboral y de optimización tanto de recursos como de tiempos que les ofrece a sus clientes para que lo lleven a cabo, pudiendo ser o no contratados, ya que ellos cumplen con su trabajo realizándoles los servicios para que ellos lo pongan en práctica; la auditoría: “revisión sistemática de una actividad o de una situación para evaluar el cumplimiento de las reglas o criterios objetivos a que aquellas deben someterse”.

Como precio de LGR INGENIER@S S.L. serían las horas de consultora necesarias para realizarles los servicios requeridos por los clientes, pero dichos precios varían dependiendo de las horas contratadas y del tipo de cliente porque se les realiza diferentes promociones dependiendo de si son nuevos clientes, antiguos, si traen a otros clientes nuevos, si son cooperativas que le ayudan a darse publicidad, también depende de si las horas contratadas son sueltas o en pack. Dichas promociones se dan a conocer a través de las redes sociales, del boca a boca de unos clientes a otros o cuando LGR INGENIER@S S.L. informa a sus clientes de los precios que tiene establecidos. El pago puede realizarse de dos formas: el 50% de lo contratado antes de comenzar a realizar los servicios y el otro 50% al finalizarlo cuando se le entrega los documentos o por meses según se vayan desarrollando los servicios. Además, dichos pagos pueden realizarse a través de transferencias bancarias o con el dinero en mano al encargado de LGR INGENIER@S S.L., pero siempre con un justificante para que conste que el cliente ha pagado y que el encargado a recibido ese dinero.

Como distribución de LGR INGENIER@S S.L. sería los canales a través de los cuales se ponen en contacto con los clientes para intercambiar la información necesaria para poder realizar los servicios y además, al final entregárselos y explicarles de de forma clara y breve lo que han realizado y la información que contiene dichos documentos. Eso puede realizarse de forma presencial (cara a cara) o a través de correos vía email. Aquí el transporte no se incluiría porque solamente sería necesario si el cliente se pone en contacto con LGR INGENIER@S S.L. a través de medios no presenciales y el encargado de ella tuviera que desplazarse hasta la empresa para conocer más detalladamente a su cliente, pero eso no sería transporte del producto, por lo tanto, no se incluiría aquí. Y además, el almacenamiento de la información con la que trabaja para realizar los servicios se guarda en dispositivos electrónicos en pendrives y la nube como por ejemplo en dropbox.

Como comunicación y ventas de LGR INGENIER@S S.L. sería a través del marketing online usando la página web y el correo electrónico; del marketing offline a través de las relaciones públicas, es decir, de los asociados claves, a través del cara a cara, de los eventos en las cooperativas de reunir a sus socios o a través de las ferias de muestras; y de la venta directa a los clientes que tengan la necesidad de alguno de los servicios que ofrece y no tenga información de ella, sino que directamente entran en el establecimiento para informarse y comprarle los servicios.

En la página web creada para LGR INGENIER@S S.L., se encuentra:

- Una página de inicio donde se muestra el nombre con su logotipo y las palabras claves por las que se caracteriza.



Figura 5: Página de inicio de la web

- Se muestra uno de los servicios que ofrece, el de seguridad laboral, con un breve resumen de ello: “el servicio de seguridad laboral es importante tanto para la empresa como para los trabajadores, ya que son leyes y normas del Estado de obligatorio cumplimiento y si no se cumplen puede ser sancionada la empresa, e incluso los trabajadores por no exigirles su cumplimiento. Con esas leyes y normas lo que se trata es de prevenir los posibles accidentes que puedan surgir en las zonas de trabajo en horario laborable, y si surgen que cumpliera con los requisitos de seguridad para los trabajadores en el área”.

## Seguridad laboral



Figura 6: Seguridad laboral en la web

- Se muestra uno de los servicios que ofrece, el de optimización de tiempo y recursos, con un breve resumen de ello: “el servicio de optimización de recursos y de tiempos es importante solamente para la empresa, porque los trabajadores harán un trabajo u otro según se lo ordenen y para ellos los beneficios de la empresa son indiferentes. Por lo tanto, con dicho servicio lo que se pretende es mejorar los procedimientos tanto a la hora de realizarlos para mejorar el tiempo, como la utilización de los recursos necesarios para llevarlo a cabo, pero todo ello manteniendo la calidad y seguridad que se establecía antes de la optimización, lo cual, provocará una mejora en la empresa y así podrán obtener más beneficios”.

## Optimización de recursos y tiempos



Figura 7: Optimización en la web

- Se muestra uno de los fines principales de LGR INGENIER@S S.L., el estudio del perfil de la mujer, con un breve resumen de ello: “en dicho apartado, se va a realizar un estudio sobre el perfil de las mujeres y con ello, lo que se persigue es la igualdad y para ello, se trabajará con una metodología en femenino que capacite a las mujeres a la incorporación del mercado laboral en el sector de la ingeniería y tecnológico. Las barreras principales por las que las mujeres no llegan a optar por esos altos puestos de trabajo, son debido a: las dificultades de combinar la actividad profesional al máximo nivel con responsabilidades inherentes con el cuidado familiar, la cultura de las organizaciones es predominantemente masculina, prejuicios de género, ausencia de las mujeres en cargos directivos”.

## MUJERES



Figura 8: Mujeres en la web

- Se muestra el producto, siendo en dicho caso los servicios prestados por LGR INGENIER@S S.L., con un breve resumen de ello: “Al cliente, hay que darle toda la información de lo que hay que hacer, es decir, explicarle de forma detallada los pasos a seguir con la documentación necesaria para llevarlo a cabo. Entre ellos, se encuentran los datos necesarios de la empresa cliente para poder satisfacerles las necesidades, las leyes y normas de obligatorio cumplimiento que se van a seguir con respecto a su tipo de empresa (ya que no todas siguen las mismas), las formas de pago, las fechas de entrega, la calidad, seguridad y confianza para realizarles los servicios satisfaciendo sus necesidades. Una vez que el cliente conoce toda la información, tiene que tomar la decisión de elegir dicha empresa consultora y otra de su competencia. Para captarlo, debe diferenciarse de los demás por algo, ya sea el precio, la confianza porque ha oído hablar de ella de otros clientes,... Tras tomar la decisión de elegir a LGR INGENIEROS S.L., es el momento de cumplir con todas las condiciones ofrecidas y satisfacer las necesidades que el cliente tenía, cumpliendo con sus objetivos. Tras finalizar el proceso de la realización de los servicios, llega el momento de la entrega y LGR INGENIEROS S.L. debe entregárselo a sus clientes por escrito, ya sea en papel o por vía e-mail. Pero además de eso, LGR INGENIEROS S.L. debe explicarle a sus clientes de forma concisa lo que pone en esos documentos para que ellos lo entiendan y queden satisfechos con los servicios recibidos, ya que cumplen con las expectativas que ellos necesitaban. La empresa factura por horas, dependiendo de:”.

<b>Familia 1</b>
Si son horas sueltas de nuevos clientes a 80 € cada hora.
<b>Familia 2</b>
Si son horas sueltas de antiguos clientes y cooperativas a 65 € cada hora.
<b>Familia 3</b>
Si son de 20 a 30 horas de nuevos clientes a 78 € cada hora.
<b>Familia 4</b>
Si son de 20 a 30 horas de antiguos clientes y cooperativas a 63 € cada hora.
<b>Familia 5</b>
Si son de 30 a 50 horas de nuevos clientes a 76 € cada hora.
<b>Familia 6</b>
Si son de 30 a 50 horas de antiguos clientes y cooperativas a 61 € cada hora.
<b>Familia 7</b>
Si son más de 50 horas de nuevos clientes a 74 € cada hora.
<b>Familia 8</b>
Si son más de 50 horas de antiguos clientes y cooperativas a 59 € cada hora.
<b>Familia 9</b>
Si son para dar charlas de formación y para darse a conocer a 70 € cada hora.
<b>Familia 10</b>
<p>A las empresas nuevas también se les haría una promoción de 5 € menos la hora si trae un nuevo cliente, es decir, si dicha empresa cliente contrata a LGR INGENIEROS S.L. por horas sueltas siendo a 80 € la hora, pero si trae a un nuevo cliente se le cobraría a 75 €. Ese descuento solamente ocurre durante el periodo en el que se le están realizando los servicios a ella, una vez finalizado y entregado sus servicios contratados no se le realizará la oferta porque si necesitara otros servicios de LGR INGENIEROS S.L. ya pasaría a tener el precio de antiguo cliente que es más barata la hora.</p>

Figura 9: Precios en la web

- Finalmente, se muestran las distintas formas para ponerse en contacto.

## Contacto

**Correo electrónico:** [lgringenieras@gmail.com](mailto:lgringenieras@gmail.com)

**Teléfono:** 111 111 111

**Dirección:** Dirección Avenida Andalucía, 25, Málaga

Figura 10: Contacto en la web

Como posicionamiento de LGR INGENIER@S S.L. serían los servicios fundamentales que ofrece para mejorar el funcionamiento de la empresa, tanto por tener que cumplirlos obligatoriamente como para generar más beneficios en ella; por ser activa, flexible, juvenil, dinámica (poder hacer varias cosas), actual, cercana y empática.

Como segmentación de LGR INGENIER@S S.L. sería centrarse en las empresas que se encuentren en la zona de Málaga (aunque posteriormente podría ampliarse el área geográfica), empresas que tengan uno o más trabajadores, el trato que tiene con los clientes es distinto porque es más personalizado dependiendo de cómo y lo cercano que sea dicho cliente (si es

antiguo, si es nuevo, si es nuevo y a la vez trae nuevos clientes o si es una cooperativa que además podría facilitar tener nuevos clientes).

Los primeros clientes se van a captar a través del marketing offline, es decir, mediante las relaciones públicas de los asociados claves, en las ferias de empresas, realizando eventos como charlas o a través del trato personal.

## 2.4. Plan financiero

Datos básicos:

Familias de Productos, o Servicios:	DESCRIPCIÓN	Unidad de Medida de Referencia (Unidad Física o Monetaria)	IVA Repercutido	IVA Soportado	Precio Venta Unitario (sin IVA)	Precio Coste Directo Variable Unitario (sin IVA)	Margen Bruto Unitario	% Margen Bruto S/Ventas
Familia 01	Horas sueltas de nuevos clientes	Horas	21%	21%	80,0	31,6	48,4	60,5%
Familia 02	Horas sueltas de antiguos clientes y cooperativas	Horas	21%	21%	65,0	31,6	33,4	51,4%
Familia 03	De 20 a 30 horas de nuevos clientes	Horas	21%	21%	78,0	31,6	46,4	59,5%
Familia 04	De 20 a 30 horas de antiguos clientes y cooperativas	Horas	21%	21%	63,0	31,6	31,4	49,9%
Familia 05	De 30 a 50 horas de nuevos clientes	Horas	21%	21%	76,0	31,6	44,4	58,5%
Familia 06	De 30 a 50 horas de antiguos clientes y cooperativas	Horas	21%	21%	61,0	31,6	29,4	48,2%
Familia 07	Más de 50 horas de nuevos clientes	Horas	21%	21%	74,0	31,6	42,4	57,3%
Familia 08	Más de 50 horas de antiguos clientes y cooperativas	Horas	21%	21%	59,0	31,6	27,4	46,5%
Familia 09	Horas de charlas de formación y darse a conocer	Horas	21%	21%	70,0	31,6	38,4	54,9%
Familia 10	Empresas nuevas que traigan a nuevos clientes	Horas	21%	21%	75,0	31,6	43,4	57,9%

Tabla 1: Datos básicos

En la tabla de las familias de servicios y su descripción, aparece: el IVA, el precio de venta unitario según la familia, el precio coste directo variable unitario según la familia, el margen bruto (precio de venta unitario-precio de coste) y el porcentaje de margen bruto (margen bruto / precio de venta unitario).

Ventas y costes variables:

		Presupuesto de Ventas				1º Ejercicio 2019/2020								
Variación respecto al mes anterior		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Ventas		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales
Horas sueltas de nue	Uds a vender o Euros a	10,0	30,0	45,0	70,0	45,0	0,0	60,0	70,0	90,0	120,0	140,0	140,0	820,0
	Precio Venta Unitario	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0
	Venta Mensual	800,0	2.400,0	3.600,0	5.600,0	3.600,0	0,0	4.800,0	5.600,0	7.200,0	9.600,0	11.200,0	11.200,0	65.600,0
Horas sueltas de ant	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	40,0	40,0	40,0	50,0	50,0	50,0	310,0
	Precio Venta Unitario	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2.600,0	2.600,0	2.600,0	2.600,0	3.250,0	3.250,0	3.250,0	20.150,0
De 20 a 30 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	1,0	1,0	1,0	3,0	4,0	3,0	2,0	2,0	3,0	1,0	1,0	22,0
	Precio Venta Unitario	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0
	Venta Mensual	0,0	78,0	78,0	78,0	234,0	312,0	234,0	156,0	156,0	234,0	78,0	78,0	1.716,0
De 20 a 30 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	1,0	1,0	3,0	2,0	2,0	2,0	2,0	15,0
	Precio Venta Unitario	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	126,0	63,0	63,0	189,0	126,0	126,0	126,0	126,0	945,0
De 30 a 50 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	3,0	2,0	2,0	3,0	11,0
	Precio Venta Unitario	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	76,0	228,0	152,0	152,0	228,0	836,0
De 30 a 50 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	3,0	0,0	0,0	7,0
	Precio Venta Unitario	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	61,0	61,0	0,0	0,0	122,0	183,0	0,0	0,0	427,0
Más de 50 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	1,0	1,0	1,0	0,0	7,0
	Precio Venta Unitario	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	74,0	74,0	0,0	0,0	148,0	74,0	74,0	74,0	0,0	518,0
Más de 50 horas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	1,0	2,0	5,0
	Precio Venta Unitario	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	59,0	59,0	59,0	118,0	295,0
Horas de charlas de	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	1,0	1,0	1,0	1,0	16,0
	Precio Venta Unitario	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	140,0	140,0	140,0	140,0	140,0	140,0	70,0	70,0	70,0	70,0	1.120,0
Empresas nuevas qu	Uds a vender o Euros a	0,0	0,0	2,0	2,0	2,0	2,0	5,0	5,0	5,0	5,0	2,0	2,0	32,0
	Precio Venta Unitario	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0
	Venta Mensual	0,0	0,0	150,0	150,0	150,0	150,0	375,0	375,0	375,0	375,0	150,0	150,0	2.400,0
<b>Total Ventas</b>		<b>800,0</b>	<b>2.478,0</b>	<b>3.968,0</b>	<b>6.042,0</b>	<b>4.385,0</b>	<b>3.326,0</b>	<b>8.212,0</b>	<b>9.284,0</b>	<b>11.010,0</b>	<b>14.123,0</b>	<b>15.159,0</b>	<b>15.220,0</b>	<b>94.007,0</b>
<b>Total IVA Repercutido por Ventas</b>		<b>168,0</b>	<b>520,4</b>	<b>833,3</b>	<b>1.268,8</b>	<b>920,9</b>	<b>698,5</b>	<b>1.724,5</b>	<b>1.949,6</b>	<b>2.312,1</b>	<b>2.965,8</b>	<b>3.183,4</b>	<b>3.196,2</b>	<b>19.741,5</b>
													<b>Punto de Equilibrio:</b>	<b>78.790,1</b>

Tabla 2: Ventas y costes variables I

		Presupuesto de Ventas												2º Ejercicio 2020/2021	
Variación respecto al mes anterior		5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	
Ventas		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales	
Horas sueltas de nue	Uds a vender o Eros a	106,0	106,0	94,0	88,0	88,0	85,0	102,0	95,0	95,0	81,0	78,0	85,0	1.103,0	
	Precio Venta Unitario	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0		
	Venta Mensual	8.480,0	8.480,0	7.520,0	7.040,0	7.040,0	6.800,0	8.160,0	7.600,0	7.600,0	6.480,0	6.240,0	6.800,0	88.240,0	
Horas sueltas de an	Uds a vender o Eros a	45,0	45,0	55,0	60,0	63,0	66,0	51,0	53,0	55,0	60,0	70,0	69,0	692,0	
	Precio Venta Unitario	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0		
	Venta Mensual	2.925,0	2.925,0	3.575,0	3.900,0	4.095,0	4.290,0	3.315,0	3.445,0	3.575,0	3.900,0	4.550,0	4.485,0	44.980,0	
De 20 a 30 horas de	Uds a vender o Eros a	2,0	3,0	4,0	2,0	2,0	1,0	1,0	3,0	5,0	5,0	5,0	2,0	35,0	
	Precio Venta Unitario	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0	78,0		
	Venta Mensual	156,0	234,0	312,0	156,0	156,0	78,0	78,0	234,0	390,0	390,0	390,0	156,0	2.730,0	
De 20 a 30 horas de	Uds a vender o Eros a	1,0	1,0	1,0	0,0	2,0	2,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	8,0	
	Precio Venta Unitario	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0	63,0		
	Venta Mensual	63,0	63,0	63,0	0,0	126,0	126,0	0,0	0,0	0,0	63,0	0,0	0,0	504,0	
De 30 a 50 horas de	Uds a vender o Eros a	0,0	0,0	2,0	2,0	2,0	1,0	3,0	0,0	0,0	4,0	2,0	2,0	18,0	
	Precio Venta Unitario	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0	76,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	152,0	152,0	152,0	76,0	228,0	0,0	0,0	304,0	152,0	152,0	1.368,0	
De 30 a 50 horas de	Uds a vender o Eros a	1,0	1,0	1,0	3,0	0,0	0,0	2,0	1,0	0,0	1,0	1,0	0,0	11,0	
	Precio Venta Unitario	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0	61,0		
	Venta Mensual	61,0	61,0	61,0	183,0	0,0	0,0	122,0	61,0	0,0	61,0	61,0	61,0	671,0	
Más de 50 horas de	Uds a vender o Eros a	2,0	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	0,0	2,0	3,0	2,0	2,0	1,0	16,0	
	Precio Venta Unitario	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0	74,0		
	Venta Mensual	148,0	74,0	74,0	0,0	0,0	148,0	0,0	148,0	222,0	148,0	148,0	74,0	1.184,0	
Más de 50 horas de	Uds a vender o Eros a	0,0	0,0	0,0	1,0	2,0	2,0	1,0	3,0	0,0	4,0	1,0	1,0	15,0	
	Precio Venta Unitario	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0	59,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	59,0	118,0	118,0	59,0	177,0	0,0	236,0	59,0	59,0	885,0	
Horas de charlas de	Uds a vender o Eros a	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,0	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,0	
	Precio Venta Unitario	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0		
	Venta Mensual	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	0,0	0,0	140,0	70,0	0,0	0,0	0,0	560,0	
Empresas nuevas qu	Uds a vender o Eros a	2,0	2,0	1,0	3,0	0,0	1,0	0,0	1,0	1,0	2,0	1,0	0,0	14,0	
	Precio Venta Unitario	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0		
	Venta Mensual	150,0	150,0	75,0	225,0	0,0	75,0	0,0	75,0	75,0	150,0	75,0	0,0	1.050,0	
<b>Total Ventas</b>		<b>12.053,0</b>	<b>12.057,0</b>	<b>11.902,0</b>	<b>11.785,0</b>	<b>11.757,0</b>	<b>11.711,0</b>	<b>11.962,0</b>	<b>11.880,0</b>	<b>11.932,0</b>	<b>11.732,0</b>	<b>11.675,0</b>	<b>11.726,0</b>	<b>142.172,0</b>	
<b>Total IVA Repercutido por Ventas</b>		<b>2.531,1</b>	<b>2.532,0</b>	<b>2.499,4</b>	<b>2.474,9</b>	<b>2.469,0</b>	<b>2.459,3</b>	<b>2.512,0</b>	<b>2.494,8</b>	<b>2.505,7</b>	<b>2.463,7</b>	<b>2.451,8</b>	<b>2.462,5</b>	<b>29.856,1</b>	
														<b>Punto de Equilibrio:</b>	<b>111.148,3</b>

Tabla 3: Ventas y costes variables II

		Presupuesto de Costes Directos Variables												1º Ejercicio 2019/2020	
Costes Directos Variables (a)		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales	
Horas sueltas de nue	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	315,8	947,3	1.421,0	2.210,5	1.421,0	0,0	1.894,7	2.210,5	2.842,0	3.789,4	4.420,9	4.420,3	25.894,0	
Horas sueltas de an	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.263,1	1.263,1	1.263,1	1.263,1	1.578,9	1.578,9	1.578,9	9.789,2	
De 20 a 30 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	316	316	316	94,7	126,3	94,7	63,2	63,2	94,7	316	316	694,7	
De 20 a 30 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	63,2	316	316	94,7	63,2	63,2	63,2	63,2	473,7	
De 30 a 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	316	94,7	63,2	63,2	94,7	347,4	
De 30 a 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	316	316	0,0	0,0	63,2	94,7	0,0	0,0	221,0	
Más de 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	316	316	0,0	0,0	63,2	316	316	316	0,0	221,0	
Más de 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	316	316	316	63,2	157,9	
Horas de charlas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	63,2	63,2	63,2	63,2	63,2	63,2	316	316	316	316	505,2	
Empresas nuevas qu	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	63,2	63,2	63,2	63,2	157,9	157,9	157,9	157,9	63,2	63,2	1.010,5	
<b>Costes Directos Variables (a)</b>		<b>315,8</b>	<b>978,9</b>	<b>1.578,9</b>	<b>2.399,9</b>	<b>1.768,4</b>	<b>1.578,9</b>	<b>3.505,2</b>	<b>3.947,3</b>	<b>4.642,0</b>	<b>5.936,7</b>	<b>6.315,6</b>	<b>6.347,2</b>	<b>39.314,6</b>	
<b>Compras del Periodo</b>		<b>315,8</b>	<b>978,9</b>	<b>1.578,9</b>	<b>2.399,9</b>	<b>1.768,4</b>	<b>1.578,9</b>	<b>3.505,2</b>	<b>3.947,3</b>	<b>4.642,0</b>	<b>5.936,7</b>	<b>6.315,6</b>	<b>6.347,2</b>	<b>39.314,6</b>	
<b>Total IVA Soportado por Compras</b>		<b>66,3</b>	<b>205,6</b>	<b>331,6</b>	<b>504,0</b>	<b>371,4</b>	<b>331,6</b>	<b>736,1</b>	<b>828,9</b>	<b>974,8</b>	<b>1.246,7</b>	<b>1.326,3</b>	<b>1.332,9</b>	<b>8.256,1</b>	

Tabla 4: Ventas y costes variables III

Presupuesto		Presupuesto de Costes Directos Variables 2º Ejercicio 2020/2021													
Costes Directos Variables (a)		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales	
Horas sueltas de nue	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	
	Importe del C. Variable	3.347,3	3.347,3	2.968,3	2.778,9	2.778,9	2.684,1	3.221,0	2.999,9	2.999,9	2.557,8	2.463,1	2.684,1	34.830,5	
Horas sueltas de ant	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	1.421,0	1.421,0	1.736,8	1.894,7	1.989,4	2.084,1	1.610,5	1.673,6	1.736,8	1.894,7	2.210,5	2.178,9	21.852,0	
De 20 a 30 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	63,2	94,7	126,3	63,2	63,2	31,6	31,6	94,7	157,9	157,9	157,9	63,2	1.105,2	
De 20 a 30 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	31,6	31,6	31,6	0,0	63,2	63,2	0,0	0,0	0,0	31,6	0,0	0,0	252,6	
De 30 a 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	63,2	63,2	63,2	31,6	94,7	0,0	0,0	126,3	63,2	63,2	568,4	
De 30 a 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	31,6	31,6	31,6	94,7	0,0	0,0	63,2	31,6	0,0	31,6	31,6	0,0	347,4	
Más de 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	63,2	31,6	31,6	0,0	0,0	63,2	0,0	63,2	94,7	63,2	63,2	31,6	505,2	
Más de 50 horas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	0,0	0,0	0,0	31,6	63,2	63,2	31,6	94,7	0,0	126,3	31,6	31,6	473,7	
Horas de charlas de	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	31,6	31,6	31,6	31,6	31,6	0,0	63,2	31,6	0,0	0,0	0,0	0,0	252,6	
Empresas nuevas qu	Precio Coste Directo V.	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316		
	Importe del C. Variable	63,2	63,2	31,6	94,7	0,0	31,6	0,0	31,6	31,6	63,2	31,6	0,0	442,1	
<b>Costes Directos Variables (a)</b>		<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>60.629,8</b>	
<b>Compras del Periodo</b>		<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>5.052,5</b>	<b>60.629,8</b>	
<b>Total IVA Soportado por Compras</b>		<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>1.061,0</b>	<b>12.732,2</b>	

Tabla 5: Ventas y costes variables IV

		1º Ejercicio 2019/2020												
(Incluid esta fila)		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Costes Variables Marketing (b)		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales
1. Marketing Digital (SEO, SEM, Cuentas por Adquisición, por Click, etc)	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2. Marketing Tradicional (Anunciar, Sponsor, Campaña Publicidad, Comisión Agencia, etc)	1,5%	12,0	37,2	59,5	90,6	65,8	49,9	123,2	139,3	165,2	211,8	227,4	228,3	1.410,1
3. Otros Gastos Mk	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Costes V. Marketing (b)</b>		<b>12,0</b>	<b>37,2</b>	<b>59,5</b>	<b>90,6</b>	<b>65,8</b>	<b>49,9</b>	<b>123,2</b>	<b>139,3</b>	<b>165,2</b>	<b>211,8</b>	<b>227,4</b>	<b>228,3</b>	<b>1.410,1</b>
<b>IVA Soportado por Costes V. Marketing</b>		<b>2,5</b>	<b>7,8</b>	<b>12,5</b>	<b>19,0</b>	<b>13,8</b>	<b>10,5</b>	<b>25,9</b>	<b>29,2</b>	<b>34,7</b>	<b>44,5</b>	<b>47,8</b>	<b>47,9</b>	<b>296,1</b>

Tabla 6: Ventas y costes variables V

		2º Ejercicio 2020/2021												
(Incluid esta fila)		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Costes Variables Marketing (b)		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Totales
1. Marketing Digital (SEO, SEM, Cuentas por Adquisición, por Click, etc)	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2. Marketing Tradicional (Anunciar, Sponsor, Campaña Publicidad, Comisión Agencia, etc)	1,5%	180,8	180,9	178,5	176,8	176,4	175,7	179,4	178,2	179,0	176,0	175,1	175,9	2.132,6
3. Otros Gastos Mk	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Costes V. Marketing (b)</b>		<b>180,8</b>	<b>180,9</b>	<b>178,5</b>	<b>176,8</b>	<b>176,4</b>	<b>175,7</b>	<b>179,4</b>	<b>178,2</b>	<b>179,0</b>	<b>176,0</b>	<b>175,1</b>	<b>175,9</b>	<b>2.132,6</b>
<b>IVA Soportado por Costes V. Marketing</b>		<b>38,0</b>	<b>38,0</b>	<b>37,5</b>	<b>37,1</b>	<b>37,0</b>	<b>36,9</b>	<b>37,7</b>	<b>37,4</b>	<b>37,6</b>	<b>37,0</b>	<b>36,8</b>	<b>36,9</b>	<b>447,8</b>

Tabla 7: Ventas y costes variables VI

En la tabla de presupuesto de ventas del primer ejercicio, podemos observar que no hay variación respecto al mes anterior, es decir, que al ser al principio se mantiene en 0%. Se muestra el número de horas que se van a dedicar a cada familia de servicios en cada mes, obteniéndose un total de ventas durante el primer año de 94.007€ contando con un IVA repercutido de 19.741,5€. Contando con un punto de equilibrio de 78.790,1€ donde se refleja el

total de ingresos (facturación o ventas) que debe tener el negocio para cubrir todos los gastos previstos a consumir (costes totales) en el primer ejercicio económico. Como ese importe es inferior al total de ventas, quiere decir, los ingresos totales del primer ejercicio cubrirán los gastos totales, por lo que la empresa tendrá beneficios. En el segundo ejercicio, podemos observar una variación con respecto al año anterior del 5%, pero durante ese año también se mantiene constante. Cuenta con un total de ventas de 142.172,0€, con un IVA repercutido de 29.856,1€ y un punto de equilibrio de 111.148,3€, por lo tanto, el segundo año también se generarán beneficios.

En la tabla de costes directos variables del primer ejercicio se muestra el importe del coste variable de cada una de las familias (número de horas que se van a realizar de cada una de ellas \* el precio de coste directo variable unitario), los costes directos variables del primer año son de 39.314,6€ iguales que las compras del periodo, con un total de IVA soportado de 8.256,1€. En el segundo ejercicio cuenta con unos costes directos variables anual y de compras del periodo de 60.629,8€, y de IVA soportado 12.732,2€.

En la tabla de los costes variables de marketing se incluyen los anuncios por la radio, en televisión, de grandes carteles publicitarios en edificios o a las salidas de carreteras,... En ellos, incluimos en el primer ejercicio un 1,5%, por lo tanto, para obtener los costes variables de marketing (1,5% \* total ventas de cada mes) obteniendo un total anual de 1.410,1€ y un IVA soportado de 296,1€. Por lo tanto, la suma de los costes anuales durante el primer año son de 40.724,7€. Durante el segundo ejercicio se mantiene el 1,5% contando con un coste variable de marketing total del año de 2.132,6€, el IVA soportado de 447,8€ y la suma de los costes durante el segundo año son de 62.762,3€.

RRHH:

Conceptos	1º ejerc. 2019/2020							
	Importe Sueldo Bruto ANUAL	% Retención IRPF	Importe Retención IRPF	% Seg.S a Cargo del	% Seg.S a Cargo de la Empresa	RETA ANUAL y Seg.S	Otros Gastos Personal Anual	Total Coste Empresa ANUAL
<b>Socio/a 1</b> (o personal en RETA)	21.600,0	15,0%	3.240,0	0,0%				21.600,0
<b>Subtotal A (Socios)</b>	<b>21.600,0</b>		<b>3.240,0</b>			<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>21.600,0</b>
<b>Empleado 1</b>								
<b>Subtotal B (Empleados)</b>	<b>0,0</b>						<b>0,0</b>	
<b>TOTAL (A + B)</b>	<b>21.600,0</b>		<b>3.240,0</b>			<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>21.600,0</b>

Tabla 8: Recursos humanos I

1º Trim		2º Trim		3º Trim		4º Trim	
Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social
5.400,0		5.400,0		5.400,0		5.400,0	
5.400,0		5.400,0		5.400,0		5.400,0	
5.400,0	0,0	5.400,0	0,0	5.400,0	0,0	5.400,0	0,0

Tabla 9: Recursos humanos II

Conceptos	2º ejerc. 2020/2021						
	% Variación Sueldos	Sueldo Bruto Anual	% SS Empresa	% Variación RETA y SS	Coste SS Empresa y/o RETA Anual	Otros Gastos Personal Anual	Total Coste Empresa Anual
<b>Socio/a 1</b> (o personal en RETA)	2,0%	22.032,0		0,0%	0,0		22.032,0
<b>Subtotal A (Socios)</b>		<b>22.032,0</b>			<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>22.032,0</b>
<b>Empleado 1</b>		14.400,0	18,0%	0,0%	2.592,0		16.992,0
<b>Subtotal B (Empleados)</b>		<b>14.400,0</b>			<b>2.592,0</b>	<b>0,0</b>	<b>16.992,0</b>
<b>TOTAL (A + B)</b>		<b>36.432,0</b>	<b>0,0</b>		<b>2.592,0</b>	<b>0,0</b>	<b>39.024,0</b>

Tabla 10: Recursos humanos III

1º Trim		2º Trim		3º Trim		4º Trim	
Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social
5.508,0		5.508,0		5.508,0		5.508,0	
<b>5.508,0</b>		<b>5.508,0</b>		<b>5.508,0</b>		<b>5.508,0</b>	
3.600,0	648,0	3.600,0	648,0	3.600,0	648,0	3.600,0	648,0
<b>3.600,0</b>	<b>648,0</b>	<b>3.600,0</b>	<b>648,0</b>	<b>3.600,0</b>	<b>648,0</b>	<b>3.600,0</b>	<b>648,0</b>
<b>9.108,0</b>	<b>648,0</b>	<b>9.108,0</b>	<b>648,0</b>	<b>9.108,0</b>	<b>648,0</b>	<b>9.108,0</b>	<b>648,0</b>

Tabla 11: Recursos humanos IV

Nº Puestos de Trabajo				1º ejerc. 2019/2020	2º ejerc. 2020/2021
<b>a. De Socios</b> (o Personal por Cts Propia (en RETA)				1,0	1,0
<b>b. De Empleados</b> (o Personal por Cts Ajena				0,0	1,0
<b>TOTAL Nº Puestos de Trabajo</b>				<b>1,0</b>	<b>2,0</b>

Tabla 12: Recursos humanos V

En la tabla del primer ejercicio, el porcentaje de retención del socio es de 15 que corresponde de IRPF. Para realizar las cuentas por trimestres ((el sueldo bruto + los otros gastos de personal) / 4). En el segundo ejercicio, se incrementa el sueldo del socio un 2% con respecto al año anterior y el empleado tiene un 18% de SS empresa del cual, el 15% es del IRPF y el 3% de Seguridad Social.

Pérdidas y ganancias:

Cuadro de Amortización Contable

(Para el cálculo de la Cuota Anual de Amortización de las Inversiones realizadas en cada ejercicio económico, se supone que éstas se efectúan, siempre, a comienzo de cada ejercicio)

Conceptos	Importes de los Activos de Partida	Años de Amortización	Equivalente Tasa Anual de Amortización (en %)	Años de Vida Restantes	Activos Netos ejer. 2019/2020 + Nuevas Inversiones	Cuota Anual Amortización, 1º ejer. 2019/2020	Activos Netos ejer. 2020/2021 + Nuevas Inversiones	Cuota Anual Amortización, 2º ejer. 2020/2021	Cuota Anual Amortización, 3º ejer. 2021/2022	Cuota Anual Amortización, 4º ejer. 2022/2023	Cuota Anual Amortización, 5º ejer. 2023/2024
Terrenos y Bienes Naturales	0,0	0	0,0%								
Construcciones No Residencial	0,0	33	3,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Instalaciones/Acondicionamier	0,0	5	20,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Maquinaria	0,0	10	10,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Utilillaje, Herramientas, Menaje,	0,0	5	20,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mobiliario	4.080,0	10	10,0%	10	4.080,0	408,0	3.672,0	408,0	408,0	408,0	408,0
Elementos de Transporte	43.800,0	10	10,0%	10	43.800,0	4.380,0	39.420,0	4.380,0	4.380,0	4.380,0	4.380,0
Equipos Informáticos y de las Co	2.232,0	3	33,3%	3	2.232,0	744,0	1.488,0	744,0	744,0	0,0	0,0
Otro Inmovilizado Material	0,0	10	10,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>50.112,0</b>				<b>50.112,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>44.580,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>4.788,0</b>	<b>4.788,0</b>
Gastos de I+D (Propiedad de la	0,0	4	25,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Programas Informáticos y Págin	0,0	3	33,3%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Propiedad Industrial (registrada)	0,0	4	25,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Propiedad Industrial Informal (no	0,0	4	25,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Propiedad Intelectual (registrad	0,0	4	25,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otro Inmovilizado Intangible	0,0	5	20,0%	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Inmovilizado Intangible</b>	<b>0,0</b>				<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Total Anual</b>	<b>50.112,0</b>				<b>50.112,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>44.580,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>5.532,0</b>	<b>4.788,0</b>	<b>4.788,0</b>

Tabla 13: Pérdidas y ganancias I

Cuenta de Pérdidas y Ganancias, o de Resultados

1º Ejerc. 2019/2020

Todos los datos con IVA e Impuesto Equivalente

Conceptos	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
<b>Ventas (Ingresos)</b>	<b>800,0</b>	<b>2.478,0</b>	<b>3.968,0</b>	<b>6.042,0</b>	<b>4.385,0</b>	<b>3.326,0</b>	<b>8.212,0</b>	<b>9.284,0</b>	<b>11.010,0</b>	<b>14.123,0</b>	<b>15.159,0</b>	<b>15.220,0</b>	<b>94.007,0</b>
Coste de Ventas (Costes Variables)	327,8	1.016,1	1.638,4	2.490,6	1.834,1	1.628,8	3.628,3	4.086,5	4.807,1	6.148,5	6.543,0	6.575,5	40.724,7
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>472,2</b>	<b>1.461,9</b>	<b>2.329,6</b>	<b>3.551,4</b>	<b>2.550,9</b>	<b>1.697,2</b>	<b>4.583,7</b>	<b>5.197,5</b>	<b>6.202,9</b>	<b>7.974,5</b>	<b>8.616,0</b>	<b>8.644,5</b>	<b>53.282,3</b>
Sueldos y Salarios (Socios)	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	21.600,0
Sueldos y Salarios (Empleados)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tributos y Tasas													0,0
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	3.600,0
Gestoría, Asesoría y Auditorías (Servicios Profesionales Indep.)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de Oficina, Limpieza y Otros	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	768,0
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mkt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.200,0
Primas de Seguros	37,5	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	257,5
Trabajos Realizados por Otras Empresas		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	480,0
Arendamientos y Cánones	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	6.600,0
Transportes y Mensajería	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	3.900,0
Otros Servicios (I)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
cuota social autonomo	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	720,0
Cuota de Renting		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de la Puesta en Marcha y Formalización	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Resultado Operativo (EBITDA)</b>	<b>-2.804,3</b>	<b>-1.797,1</b>	<b>-329,4</b>	<b>292,4</b>	<b>-708,1</b>	<b>-1.561,8</b>	<b>1.324,7</b>	<b>1.938,5</b>	<b>2.943,9</b>	<b>4.715,5</b>	<b>5.357,0</b>	<b>5.385,5</b>	<b>14.156,8</b>
Dotación Amortizaciones	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	5.532,0
<b>Total Gastos de Explotación</b>	<b>3.737,5</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>3.720,0</b>	<b>44.657,5</b>

Tabla 14: Pérdidas y ganancias II

Total Gastos de Explotación	3.737,5	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	3.720,0	44.657,5
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAII)	-3.265,3	-2.258,1	-1.390,4	-168,6	-1.169,1	-2.022,8	863,7	1.477,5	2.482,9	4.254,5	4.896,0	4.924,5	8.624,8
Ingresos Financieros													0,0
Gastos Financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Financiero	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	-3.265,3	-2.258,1	-1.390,4	-168,6	-1.169,1	-2.022,8	863,7	1.477,5	2.482,9	4.254,5	4.896,0	4.924,5	8.624,8
+ Otros Ingresos (por Crowdfunding de Recompensa)	0,0												0,0
-/+ Resultados Excepcionales													0,0
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	-3.265,3	-2.258,1	-1.390,4	-168,6	-1.169,1	-2.022,8	863,7	1.477,5	2.482,9	4.254,5	4.896,0	4.924,5	8.624,8
Resultado Acumulado Ejercicio Antes de Impuestos	-3.265,3	-5.523,4	-6.913,8	-7.082,3	-8.251,5	-10.274,3	-9.410,6	-7.933,1	-5.450,2	-1.195,8	3.700,3	8.624,8	
<b>Beneficio Bruto:</b>	<b>8.624,8</b>												
<b>Provisión Impuesto sobre Beneficios:</b>							<b>1.725,0</b>						
<b>Beneficio Neto:</b>													<b>6.899,8</b>
<b>Costes Fijos (o de Estructura) Anuales (1º Ejercicio Económico):</b>	<b>44.657,5</b>												
<b>Porcentaje de los Costes Fijos sobre Facturación</b>													<b>48%</b>

Tabla 15: Pérdidas y ganancias III

Hs Trabajo Productivas / Día	8,0	
Nº Trabajadores Productivos	1,0	
Días Productivos / Mes	22,0	
Meses Productivos / Año (Ejercicio Económico)	11,0	
<b>Hs estimadas Trabajo Productivas / Año (Ejercicio Económico)</b>	<b>1.936,0</b>	<b>Hs / Año (Ejerc. Ec.)</b>
<b>Coste Fijo (o de Estructura) / Hora:</b>	<b>23,1</b>	<b>Euros / Hora</b>

Tabla 16: Pérdidas y ganancias IV

Cuenta de Pérdidas y Ganancias		2º Ejerc. 2020/2021											
Todos los datos con IVA o Impuesto Equivalente													
Conceptos	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
Ventas (Ingresos)	12.053,0	12.057,0	11.902,0	11.785,0	11.757,0	11.711,0	11.962,0	11.880,0	11.932,0	11.732,0	11.675,0	11.726,0	142.172,0
Coste de Ventas (Costes Variables)	5.233,3	5.233,3	5.231,0	5.229,3	5.228,8	5.228,1	5.231,9	5.230,7	5.231,5	5.228,5	5.227,6	5.228,4	62.762,3
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>6.819,7</b>	<b>6.823,7</b>	<b>6.671,0</b>	<b>6.555,7</b>	<b>6.528,2</b>	<b>6.482,9</b>	<b>6.730,1</b>	<b>6.649,3</b>	<b>6.700,5</b>	<b>6.503,5</b>	<b>6.447,4</b>	<b>6.497,6</b>	<b>79.409,7</b>
Sueldos y Salarios (Socios)	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	1836,0	22.032,0
Sueldos y Salarios (Empleados)	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	14.400,0
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	2.592,0
Tributos y Tasas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	3.600,0
Gestoría, Asesoría y Auditorías (Servicios Profesionales Indep.)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de Oficina, Limpieza y Otros	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	768,0
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mkt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.200,0
Primas de Seguros	37,5	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	257,5
Trabajos Realizados por Otras Empresas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	480,0
Arendamientos y Cánones	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	6.600,0
Transportes y Mensajería	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	3.900,0
Otros Servicios (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Seguridad social autonomo	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	720,0
Cuota de Renting	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de la Puesta en Marcha y Formalización	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Resultado Operativo (EBITDA)</b>	<b>2.091,2</b>	<b>2.112,7</b>	<b>1.960,0</b>	<b>1.844,7</b>	<b>1.817,2</b>	<b>1.771,9</b>	<b>2.019,1</b>	<b>1.938,3</b>	<b>1.989,5</b>	<b>1.792,5</b>	<b>1.736,4</b>	<b>1.786,6</b>	<b>22.860,2</b>
Dotación Amortizaciones	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	461,0	5.532,0
<b>Total Gastos de Explotación</b>	<b>5.189,5</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>5.172,0</b>	<b>62.081,5</b>

Tabla 17: Pérdidas y ganancias V

Total Gastos de Explotación	5.189,5	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	5.172,0	62.081,5
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAII)	1.630,2	1.651,7	1.499,0	1.383,7	1.356,2	1.310,9	1.558,1	1.477,3	1.528,5	1.331,5	1.275,4	1.325,6	17.328,2	
Ingresos Financieros														0,0
Gastos Financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Financiero	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	1.630,2	1.651,7	1.499,0	1.383,7	1.356,2	1.310,9	1.558,1	1.477,3	1.528,5	1.331,5	1.275,4	1.325,6	17.328,2	
+ Dtos Ingresos (por Crowdfunding de Recompensa)	0,0													0,0
-/+ Resultados Excepcionales														0,0
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	1.630,2	1.651,7	1.499,0	1.383,7	1.356,2	1.310,9	1.558,1	1.477,3	1.528,5	1.331,5	1.275,4	1.325,6	17.328,2	
Resultado Acumulado Ejercicio Antes de Impuestos	1.630,2	3.281,9	4.780,9	6.164,6	7.520,8	8.831,6	10.389,7	11.867,1	13.395,6	14.727,1	16.002,5	17.328,2		
<b>Beneficio Bruto:</b>	<b>Beneficio Bruto:</b>			<b>17.328,2</b>	<b>Provisión Impuesto sobre Beneficios:</b>			<b>3.465,6</b>	<b>Beneficio Neto:</b>			<b>13.862,5</b>		
Costes Fijos (o de Estructura) Anuales (1º Ejercicio Económico):	Costes Fijos (o de Estructura) Anuales (2º Ejercicio Económico):			<b>62.081,5</b>	Porcentaje de los Costes Fijos sobre Facturación		<b>44%</b>							

Tabla 18: Pérdidas y ganancias VI

Hs Trabajo Productivas / Día	Hs Trabajo Productivas / Día	8,0	
Nº Trabajadores Productivos	Nº Trabajadores Productivos	2,0	
Días Productivos / Mes	Días Productivos / Mes	22,0	
Meses Productivos / Año (Ejercicio Económico)	Meses Productivos / Año (Ejercicio Económico)	11,0	
<b>Hs estimadas Trabajo Productivas / Año (Ejercicio Económico)</b>	<b>Hs estimadas Trabajo Productivas / Año (Ejercicio Económico)</b>	<b>3.872,0</b>	<b>Hs / Año (Ejerc. Ec.)</b>
<b>Coste Fijo (o de Estructura) / Hora:</b>	<b>Coste Fijo (o de Estructura) / Hora:</b>	<b>16,0</b>	<b>Euros / Hora</b>

Tabla 19: Pérdidas y ganancias VII

En las tablas tanto del primer como del segundo ejercicio se muestra el margen bruto de ventas (ventas, es decir los ingresos – los costes de ventas, es decir, los costes variables) y los gastos necesarios especificados. El resultado operativo (EBITDA) es el margen bruto de ventas – la suma de los gastos necesarios especificados. También aparece la dotación amortizaciones (las amortizaciones de cada componente/10 por los meses del primer ejercicio, esos valores se suman y su total se divide por 12 al ser el periodo de un año), el total de gastos de explotación (suma de los gastos necesarios especificados + la dotación amortizaciones), el resultado de explotación (EBIT o BAI) siendo el margen bruto de ventas – el total gastos de explotación, siendo el mismo valor que el resultado antes de impuestos y resultados excepcionales. El resultado antes de impuestos (EBIT o BAI) es el mismo resultado que los anteriores y el resultado acumulado ejercicio antes de impuestos del primer mes es igual que el EBIT o BAI, pero a partir del segundo mes es el valor del mes anterior + el del mes que se vaya a realizar. En los cálculos del primer ejercicio, aparecen algunos en números rojos, es decir, que son negativos lo cual quiere decir que esos primeros meses de inicio se tienen pérdidas, pero es normal, ya que después se van obteniendo beneficios y no se obtienen pérdidas a lo largo de la actividad, aunque teniendo en cuenta esos resultados negativos de los primeros meses, la suma total de todos los meses durante el primer año sale positivo. Durante el segundo año no hay pérdidas en ningún mes.

El beneficio bruto del primer ejercicio es de 8.624,8€, es decir, el resultado acumulado ejercicio antes de impuestos del último mes de ese ejercicio, en este caso se corresponde con el mes de febrero. La provisión impuesto sobre beneficios es ese valor del beneficio bruto \* el 20% del tipo impositivo medio, por lo tanto, es de 1.725€. Y por último el beneficio neto es la diferencia de ambos, obteniéndose 6.899,8€. En el segundo ejercicio, se obtiene un beneficio bruto de 17.328,2€, una provisión impuesto sobre beneficio de 3.465,6€ y un beneficio neto de 13.862,5€, lo cual quiere decir que a partir del segundo año se generarán más beneficios con respecto al año de partida.

Los costes fijos anuales (total gastos de explotación + gastos financieros) del primer ejercicio son de 44.657,5€ y un porcentaje de costes fijos sobre facturación (costes fijos anuales / la suma total de las ventas, es decir, ingresos) del 48%. Los costes fijos horas (costes fijos anuales / horas de trabajo estimadas al año) son de 23,1€. Los costes fijos anuales del segundo ejercicio son de 62.081,5€, con un porcentaje de costes fijos sobre facturación del 44% y unos costes fijos horas de 16€. Se observa que los costes fijos aumentan en el segundo año por los gastos de contratar a un empleado más, pero el porcentaje de costes fijos sobre la facturación y los costes fijos horas disminuyen porque ahora se realizan más horas de trabajo.

Plan de inversión financiera:

Conceptos	INVERSIÓN Inicial
	Valor de las Aportaciones en Inmovilizado:
Terrenos y Bienes Naturales	
Construcciones No Residenciales	
Instalaciones/Acondicionamiento	
Maquinaria	
Utillaje, Herramientas, Menaje,...	
Mobiliario	4.080,0
Elementos de Transporte	43.800,0
Equipos Informáticos y de las Comunicaciones	2.232,0
Otro Inmovilizado Material	
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>50.112,0</b>

Tabla 20: Plan de inversión financiera

Las amortizaciones tanto del mobiliario (mesas, sillas, estanterías,...) son de 4.080€ como de los elementos de transporte (coche, mantenimiento y suministro) son de 43.800€ por 10 años, y las de los equipos informáticos y de las comunicaciones (ordenadores e impresora) son de 2.232€ por 3 años.

Plazos de cobros y pagos:

Política de Cobros y de Pagos		1º Ejerc. 2019/2020												
Cobros por Ventas														
Ventas del Periodo + IVA Repercutido		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
		968,0	2.998,4	4.801,3	7.310,8	5.305,9	4.024,5	9.936,5	11.233,6	13.322,1	17.088,8	18.342,4	18.416,2	113.748,5
Plazos de Cobro	% sobre Total	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
Contado	100,0%	968,0	2.998,4	4.801,3	7.310,8	5.305,9	4.024,5	9.936,5	11.233,6	13.322,1	17.088,8	18.342,4	18.416,2	113.748,5
Total Cobros Ventas	100,0%	968,0	2.998,4	4.801,3	7.310,8	5.305,9	4.024,5	9.936,5	11.233,6	13.322,1	17.088,8	18.342,4	18.416,2	113.748,5

Tabla 21: Plazos de cobros y pagos I

Pagos por Compras y/o Costes Directos Variables												1º Ejerc. 2019/2020		
Compras y/o Costes D. V. del Periodo +	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total	
	396,6	1.229,5	1.982,5	3.013,6	2.219,3	1.970,8	4.390,3	4.944,7	5.816,6	7.439,7	7.917,0	7.956,3	49.276,9	
Plazos de Pago	% sobre Total	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
Contado	100,0%	396,6	1.229,5	1.982,5	3.013,6	2.219,3	1.970,8	4.390,3	4.944,7	5.816,6	7.439,7	7.917,0	7.956,3	49.276,9
Total	100,0%	396,6	1.229,5	1.982,5	3.013,6	2.219,3	1.970,8	4.390,3	4.944,7	5.816,6	7.439,7	7.917,0	7.956,3	49.276,9

Tabla 22: Plazos de cobros y pagos II

Política de Cobros y de Pagos												2º Ejerc. 2020/2021		
Cobros por Ventas														
Ventas del Periodo + IVA Repercutido	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total	
	14.584,1	14.589,0	14.401,4	14.259,9	14.226,0	14.170,3	14.474,0	14.374,8	14.437,7	14.195,7	14.126,8	14.188,5	172.028,1	
Plazos de Cobro	% sobre Total	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
Contado	100,0%	14.584,1	14.589,0	14.401,4	14.259,9	14.226,0	14.170,3	14.474,0	14.374,8	14.437,7	14.195,7	14.126,8	14.188,5	172.028,1
Total Cobros Ventas	100,0%	14.584,1	14.589,0	14.401,4	14.259,9	14.226,0	14.170,3	14.474,0	14.374,8	14.437,7	14.195,7	14.126,8	14.188,5	172.028,1

Tabla 23: Plazos de cobros y pagos III

Pagos por Compras y/o Costes Directos Variables												Ejerc. 2020/2021		
Compras y/o Costes D. V. del Periodo +	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total	
	6.332,3	6.332,3	6.329,5	6.327,4	6.326,9	6.326,1	6.330,6	6.329,1	6.330,1	6.326,4	6.325,4	6.326,3	75.942,4	
Plazos de Pago	% sobre Total	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
Contado	100,0%	6.332,3	6.332,3	6.329,5	6.327,4	6.326,9	6.326,1	6.330,6	6.329,1	6.330,1	6.326,4	6.325,4	6.326,3	75.942,4
Total	100,0%	6.332,3	6.332,3	6.329,5	6.327,4	6.326,9	6.326,1	6.330,6	6.329,1	6.330,1	6.326,4	6.325,4	6.326,3	75.942,4

Tabla 24: Plazos de cobros y pagos IV

En la tabla de cobros por ventas tanto del primer como del segundo ejercicio, las ventas del periodo + el IVA repercutido se obtienen del anexo 2 sumando el total de ventas y el total IVA repercutido por ventas. En la tabla de pagos por compras y/o costes directos variables, los valores se obtienen mediante: las compras del periodo + el total IVA soportado por compras + coste variable de marketing + IVA soportado por los costes variables de marketing, datos pertenecientes de las tablas de ventas y costes variables.

Tesorería:

Plan de Tesorería		1° Ejerc. 2019/2020											
Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
<b>Saldo Inicial (1)</b>	<b>0,0</b>	<b>-2.737,3</b>	<b>-4.259,6</b>	<b>-4.732,0</b>	<b>-4.535,9</b>	<b>-4.740,6</b>	<b>-5.978,1</b>	<b>-5.253,2</b>	<b>-2.255,5</b>	<b>1.958,8</b>	<b>5.056,7</b>	<b>12.190,9</b>	
Cobro de Ventas + IVA Repercutado	968,0	2.998,4	4.801,3	7.310,8	5.305,9	4.024,5	9.936,5	11.233,6	13.322,1	17.088,8	18.342,4	18.416,2	113.748,5
Cobro Deudas Pótes (de Clientes y Otros Deudores)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Disposiciones de Crédito a CP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ingresos Financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Otras Entradas (sin IVA) (*Control de Financiación)</b>													<b>0,0</b>
Retenciones IRPF	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	270,0	3.240,0
<b>Total Entradas (2)</b>	<b>1.238,0</b>	<b>3.268,4</b>	<b>5.071,3</b>	<b>7.580,8</b>	<b>5.575,9</b>	<b>4.294,5</b>	<b>10.206,5</b>	<b>11.503,6</b>	<b>13.592,1</b>	<b>17.358,8</b>	<b>18.612,4</b>	<b>18.686,2</b>	<b>116.988,5</b>
Pago de Compras y Otros Costes Variables + IVA Soportado	396,6	1.223,5	1.982,5	3.013,6	2.219,3	1.970,8	4.390,3	4.944,7	5.816,6	7.439,7	7.917,0	7.956,3	49.276,9
Pago Deudas Pótes (a Acreedores, Proveedores y Adm. Públ)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sueldos y Salarios de Socios (del Periodo en Curso)	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	1.800,0	21.600,0
Sueldos y Salarios de Empleados (del Periodo en Curso)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tributos y Tasas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	3.600,0
Gestoría, Asesoría y Auditoras (Servicios Profesionales Indep)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de Oficina, Limpieza y Otros	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	768,0
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mkt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.200,0
Primas de Seguros	37,5	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	257,5
Trabajos Realizados por Otras Empresas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	480,0
Arendamientos y Cánones	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	6.600,0
Transportes y Mensajería	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	3.900,0
Otros Servicios (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
guardia social autonomo	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	720,0

Tabla 25: Tesorería I

Cuota de Renting	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de Formalización de los Préstamos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Devolución del Capital de los Préstamos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reembolsos de Créditos a CP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Devol. Financ. Por Préstamo de Socios, Familiares y Amigos													0,0
<b>Inversiones Realizadas (sin IVA) (*Control de Inversiones)</b>													<b>0,0</b>
Movimientos Tesorería por Operaciones Excepcionales (Sin IVA Soportado)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IVA Soportado Inversiones y Gastos de Explotación	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	3.626,3
<b>Total Salidas (3)</b>	<b>3.975,3</b>	<b>4.790,7</b>	<b>5.543,7</b>	<b>6.574,8</b>	<b>5.780,5</b>	<b>5.532,0</b>	<b>7.951,5</b>	<b>8.505,9</b>	<b>9.377,8</b>	<b>11.000,9</b>	<b>11.478,2</b>	<b>11.517,5</b>	<b>92.028,7</b>
<b>Liquidación Trimestral del I.V.A. (4)</b>				-11,2			720,1			2.450,1			4.382,8
<b>Liquidación IRPF (5)</b>				810,0			810,0			810,0			810,0
<b>Tesorería del Periodo = (2)-(3)-(4)-(5)</b>	<b>-2.737,3</b>	<b>-1.522,3</b>	<b>-472,4</b>	<b>196,1</b>	<b>-204,7</b>	<b>-1.237,6</b>	<b>724,9</b>	<b>2.997,8</b>	<b>4.214,3</b>	<b>3.097,9</b>	<b>7.134,2</b>	<b>7.168,7</b>	<b>IRPF a Liquidar</b>
<b>Saldo Final = Tesorería Periodo Siguiente</b>	<b>-2.737,3</b>	<b>-4.259,6</b>	<b>-4.732,0</b>	<b>-4.535,9</b>	<b>-4.740,6</b>	<b>-5.978,1</b>	<b>-5.253,2</b>	<b>-2.255,5</b>	<b>1.958,8</b>	<b>5.056,7</b>	<b>12.190,9</b>	<b>19.359,6</b>	

Tabla 26: Tesorería II

Plan de Tesorería		2º Ejerc. 2020/2021											
Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Total
<b>Saldo Inicial (1)</b>	<b>19.359,6</b>	<b>17.653,4</b>	<b>21.172,2</b>	<b>24.506,3</b>	<b>23.515,3</b>	<b>26.676,6</b>	<b>29.783,1</b>	<b>27.435,1</b>	<b>30.743,0</b>	<b>34.112,8</b>	<b>33.107,9</b>	<b>36.171,5</b>	
Cobro de Ventas + IVA Repercutido	14.584,1	14.589,0	14.401,4	14.259,9	14.226,0	14.170,3	14.474,0	14.374,8	14.437,7	14.195,7	14.126,8	14.188,5	172.028,1
Cobro Deudas Pólizas (de Clientes y Otros Deudores)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Disposiciones de Crédito a CP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ingresos Financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otras Entradas (sin IVA) (**Control de Financiación)													0,0
Retenciones IRPF	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	275,4	3.304,8
<b>Total Entradas (2)</b>	<b>14.859,5</b>	<b>14.864,4</b>	<b>14.676,8</b>	<b>14.535,3</b>	<b>14.501,4</b>	<b>14.445,7</b>	<b>14.749,4</b>	<b>14.650,2</b>	<b>14.713,1</b>	<b>14.471,1</b>	<b>14.402,2</b>	<b>14.463,9</b>	<b>175.332,9</b>
Pago de Compras y Otros Costes Variables + IVA Soportado	6.332,3	6.332,3	6.329,5	6.327,4	6.326,9	6.326,1	6.330,6	6.329,1	6.330,1	6.326,4	6.325,4	6.326,3	75.942,4
Pago Deudas Pólizas (a Acreedores, Proveedores y Adm. Públi)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sueldos y Salarios de Socios (del Periodo en Curso)	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	1.836,0	22.032,0
Sueldos y Salarios de Empleados (del Periodo en Curso)	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	216,0	2.592,0
Tributos y Tasas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	3.600,0
Gestoría, Asesoría y Auditorías (Servicios Profesionales Inde)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de Oficina, Limpieza y Otros	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0	768,0
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mk	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.200,0
Primas de Seguros	37,5	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	257,5
Trabajos Realizados por Otras Empresas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	480,0
Arrendamientos y Cánones	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	6.600,0
Transportes y Mensajería	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	325,0	3.900,0
Otros Servicios (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Guardia social autonomo	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	720,0
Cuota de Renting	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de Formalización de los Prestamos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Tabla 27: Tesorería III

Gastos de Formalización de los Prestamos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Devolución del Capital de los Préstamos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reembolsos de Créditos a CP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Devol. Financ. Por Préstamo de Socios, Familiares y Amigos													0,0	0,0
Inversiones Realizadas (sin IVA) (** Control de Inversiones)														0,0
Movimientos Tesorería por Operaciones Excepcionales (Sin I)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.725,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.725,0	
IVA Soportado Inversiones y Gastos de Explotación	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	302,2	3.626,3	
<b>Total Salidas (3)</b>	<b>11.363,0</b>	<b>11.345,5</b>	<b>11.342,7</b>	<b>11.340,6</b>	<b>11.340,1</b>	<b>11.339,2</b>	<b>13.068,8</b>	<b>11.342,3</b>	<b>11.343,3</b>	<b>11.339,6</b>	<b>11.338,6</b>	<b>11.339,5</b>	<b>137.843,2</b>	<b>IVA a Liquidar</b>
Liquidación Trimestral del I.V.A. (4)	4.392,8			3.359,4			3.202,5			3.310,2				3.177,6
Liquidación IRPF (5)	810,0			826,2			826,2			826,2				826,2
<b>Tesorería del Periodo = (2)-(3)-(4)-(5)</b>	<b>-1.706,2</b>	<b>3.518,8</b>	<b>3.334,1</b>	<b>-991,0</b>	<b>3.161,3</b>	<b>3.106,5</b>	<b>-2.348,0</b>	<b>3.307,9</b>	<b>3.369,9</b>	<b>-1.004,9</b>	<b>3.063,6</b>	<b>3.124,3</b>		<b>IRPF a</b>
<b>Saldo Final = Tesorería Periodo Siguiente</b>	<b>17.653,4</b>	<b>21.172,2</b>	<b>24.506,3</b>	<b>23.515,3</b>	<b>26.676,6</b>	<b>29.783,1</b>	<b>27.435,1</b>	<b>30.743,0</b>	<b>34.112,8</b>	<b>33.107,9</b>	<b>36.171,5</b>	<b>39.295,8</b>		

Tabla 28: Tesorería IV

Solamente voy a realizar los cálculos de tesorería de la primera tabla, ya que lo demás no se aplica en esta actividad. En la tabla del primer ejercicio, el saldo final es la tesorería del mes siguiente, es decir, el saldo inicial del primer mes es 0, pero a partir del siguiente corresponde al valor del saldo final del mes anterior. Los cobros de ventas y de IVA repercutido corresponden a los de las tablas de plazos de cobros y pagos. La retención del IRPF procede del importe de la tabla del ejercicio 1 de RRHH dividido entre 12 (los meses del año). El total de entradas es la suma de lo anterior. El pago de compras y otros costes variables + IVA soportado (total de la tabla de pagos por compras y/o costes directos variables de las tablas de plazos de cobros y pagos). El IVA soportado inversiones y gastos de explotación ((suministros + material de

oficina, limpiezas y otros + comunicación, relaciones públicas y otros gastos de marketing + primas de seguro + reparaciones, mantenimiento y conservación + arrendamientos y cánones + transporte y mensajería + seguridad social autónomo)\*21% IVA soportado). Total salidas (suma de todos los gastos anteriores especificados y el último valor calculado anteriormente), la liquidación IRPF (suma de las retenciones de IRPF de marzo hasta mayo), la tesorería del periodo (total entradas – total salidas), saldo final=tesorería periodo siguiente (saldo inicial + tesorería del periodo).

Con los resultados obtenidos, podemos observar que para el desarrollo de la actividad es necesario contar con una tesorería que va incrementando los primeros meses hasta casi 6.000€ en el mes de agosto, de ahí en adelante va disminuyendo hasta no tener que contar con dinero extra, es decir, con el que se va generando en la empresa es suficiente.

Gráficas:

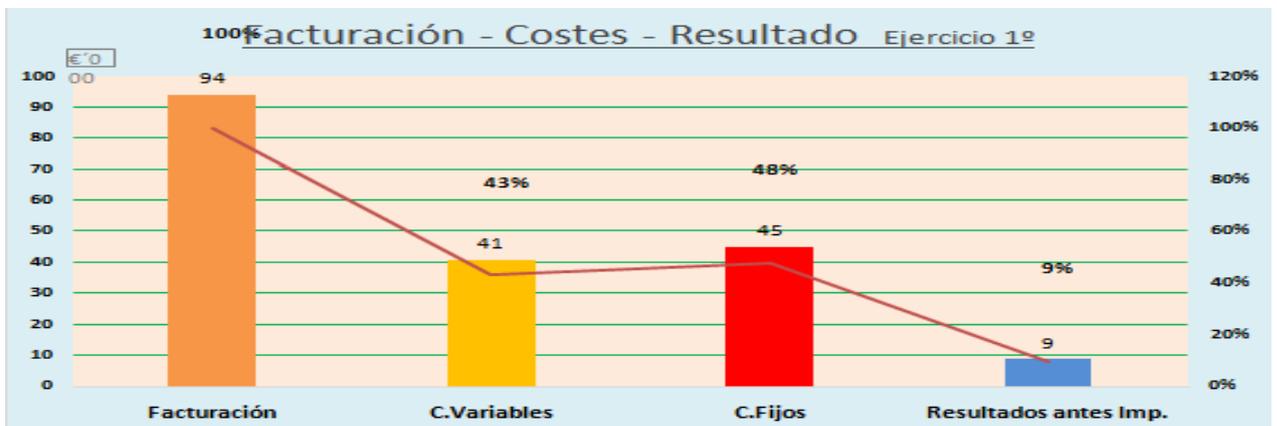


Tabla 29: Gráfica resultados I

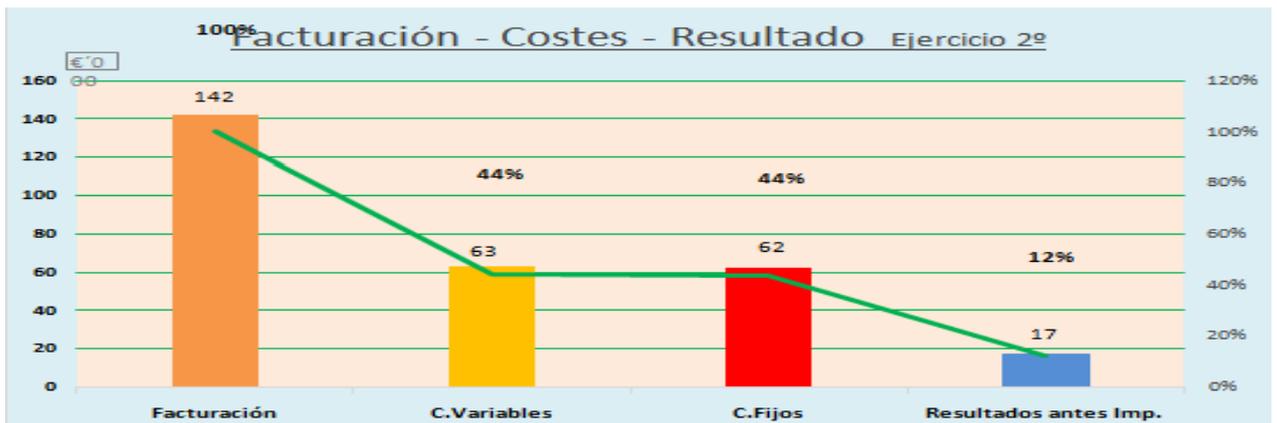


Tabla 30: Gráfica resultados II

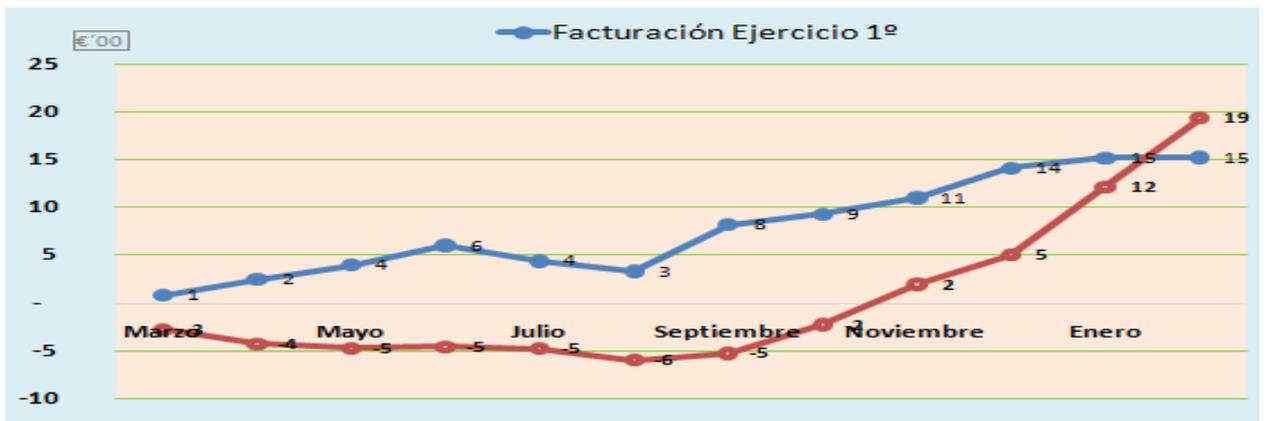


Tabla 31: Gráfica resultados III

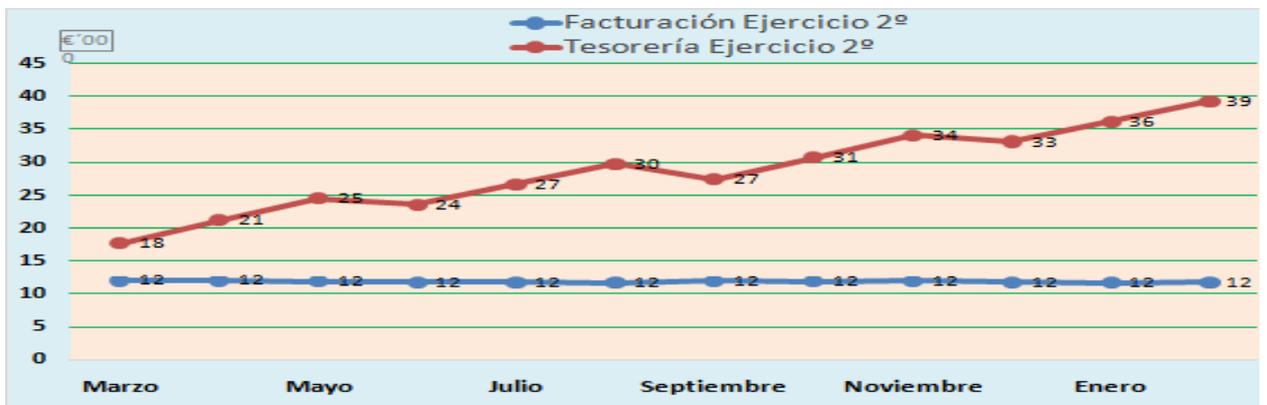


Tabla 32: Gráfica resultados IV

Como se observa en las gráficas de los resultados de la facturación y costes, hay menos facturación, costes variables, costes fijos y resultados antes impuestos durante el primer ejercicio con respecto del segundo, ya que se encuentra al inicio de la actividad y aún no es conocida por los posibles clientes. A partir del segundo año, se incrementa todo, ya que al ser más conocida tiene más clientes y por ello, que realizar más trabajos, por lo tanto, se necesita contratar un empleado y todo ello conlleva a un aumento de gastos.

En las gráficas de facturación y tesorería, se observa como en la del primer ejercicio la facturación va incrementando, excepto los meses de verano que disminuye un poco debido a que aún no tiene tanto clientes y muchas empresas cierran por vacaciones; con respecto a la tesorería, se observa que durante el primer año, conforme van pasando los meses se va necesitando más dinero, siendo el mayor en el mes de agosto, pero después va disminuyendo esa necesidad. Durante el segundo ejercicio, la facturación se mantiene lineal durante todo el año, es decir, se mantiene constante; y con respecto a la tesorería, va mejorando porque va aumentando el dinero de la empresa, es decir, durante el segundo ejercicio no se necesitaría dinero ya que la empresa va acumulando de meses anteriores.

## 3. Conclusiones

---

Dicho proyecto me ha servido para estudiar todos los campos necesarios para poner en marcha mi negocio, así teniendo una visión futura lo más real posible con respecto a lo que me voy a encontrar fuera, tanto de los clientes, como del mercado y la competencia, y al tema financiero que es fundamental en una empresa. Por ello, creo que los servicios ofrecidos serán muy demandados, ya que la seguridad laboral es uno de los temas principales en las empresas por ser de obligatorio cumplimiento, al igual que la optimización de tiempos y recursos para mejorar el rendimiento de la empresa.

También me ha servido para obtener más información de la que pensaba con respecto al tema de la mujer, ya que se están haciendo muchos informes y encuestas para determinar lo que es fundamental y necesario cambiar a la hora de obtener un puesto de trabajo con respecto al género. Lo he realizado para apoyar el empoderamiento de la mujer en las situaciones laborales, aunque principalmente centrarme en el sector industrial, ya que es un sector muy reducido en mujeres y por ello hay que motivarlas, sobre todo a las jóvenes. Con ello, no pretendo contrarrestar a los hombres, sino que la mujer también puede crecer, llegar a adquirir esos altos cargos directivos e incluso crear empresas. Lo ideal sería conseguir una sociedad, en la que cada persona sea reconocida por sus objetivos y logros, así todos tendrían las mismas oportunidades de llegar tan lejos como su talento y esfuerzo le lleven, ya que ello, lo veo como una necesidad para todos.

# Bibliografía

---

Estadística, I. N. (2018). *Explotación estadística del directorio central de empresas*. DIRCE.

Obtenido de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=298>

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=302>

Jarabo, S. (2019). *Por qué las mujeres no triunfan en la empresa como en la universidad*.

Obtenido de [https://blogs.elconfidencial.com/empresas/promising-women/2019-02-05/por-que-mujeres-no-triunfan-empresa\\_1803866/](https://blogs.elconfidencial.com/empresas/promising-women/2019-02-05/por-que-mujeres-no-triunfan-empresa_1803866/)

Pidelaserra, M. (2018). *Las empresas creadas por mujeres fracasan un 28% menos que las de los hombres*. Obtenido de <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2018/026-mujer-empresa.html>

Thornton, G. (2019). *Women in Business: hacia un avance real*. Obtenido de

[https://www.iberdrola.com/wcorp/gc/prod/es\\_ES/conocenos/docs/Informe\\_Women\\_Business\\_2019.pdf](https://www.iberdrola.com/wcorp/gc/prod/es_ES/conocenos/docs/Informe_Women_Business_2019.pdf)

# Anexo A. Mapa de empatía

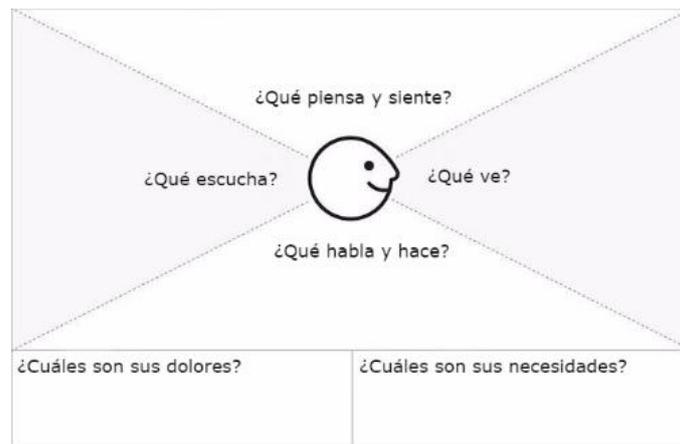


Figura 11: Mapa de empatía

Se muestran los mapas de empatía dependiendo del tipo de cliente:

-Si es usuario (cliente de otra empresa que contrata a LGR INGENIER@S S.L. para que le satisfaga las necesidades que tiene su cliente y dicha empresa no puede resolverlos) sería el siguiente:

- Piensa y siente:

Al usuario lo que realmente le importa es tener todos los papeles en regla y cumplir con las leyes y normas establecidas. Eso hace que cuando los inspectores vayan a realizarle las revisiones si se encuentra con todos los documentos necesarios y actualizados, no será sancionado porque cumple con las normativas. Por ejemplo, podría ser sancionado si en el lugar de trabajo no tiene las infraestructuras y materias primas de auxilio en caso de emergencia, y también podría ser sancionado si el personal que tiene trabajando no tiene las revisiones médicas hechas, si no se encuentran datos de alta o en el caso de que se produjera algún accidente laboral en el área y horario laborable y no contase con las medidas de seguridad exigidas en su sector. Aunque también le importa como funcione su empresa, porque si se optimizan los costes y el tiempo, se ganará más para poder realizar otras actividades e incluso invertir para mejorar o simplemente que se gane más dinero, pero todo ello llevándolo a cabo con las mismas condiciones de seguridad, calidad y manteniendo al equipo de trabajadores contento sin explotarlos.

La empresa por sí sola no puede realizarlo porque no tiene los conocimientos necesarios para desarrollarlo y por eso, tiene que contratar a una consultora que tenga la capacidad para que se dedique a ello.

- Oye:

Lo que le influencia realmente son las normas y leyes establecidas por el Gobierno que son de obligatorio cumplimiento y si no las cumplen llegan a ser sancionados. No todas las normas y leyes son iguales porque varían adaptándose al sector en el que se estén realizando los servicios. Es muy importante estar atentos y conocer las actualizaciones, es decir, estar al día porque si se cumple una norma o ley, pero hay una nueva actualizada y no se corresponde con ella, también puede ser sancionado por no estar cumpliendo las normas actuales. Siendo un ejemplo de ello:

En el BOE (Boletín Oficial del Estado), los códigos electrónicos: Prevención de Riesgos Laborales que su última actualización fue el 23 de marzo de 2019. En ella se encuentran dos leyes: la 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales y la otra 31/2006, de 18 de octubre, reguladora de la subcontratación en el Sector de la Construcción. Además, consta de las normas reglamentarias, inspección de trabajo y seguridad social, comisión nacional de seguridad y salud en el trabajo, coordinación de actividades empresariales, servicios de prevención, administración general del Estado, centros y establecimientos militares, guardia civil, cuerpo nacional de policía e infracciones y sanciones. Pero, no tendría que realizar todos los apartados, ya que solamente hay que centrarse en los servicios del sector que se vaya a llevar a cabo.

- Ve:

La empresa no tiene los conocimientos para cumplir con los requisitos de obligatorio cumplimiento, por lo tanto, necesita contratar a una consultora que se dedique a ello. Dicha consultora le debe garantizar la seguridad y calidad en sus servicios, por ello, se dice que ella sería uno de sus socios, ya que gracias a su ayuda podrá satisfacer las inquietudes que tiene por no poder resolverlo la empresa por sí sola. Además de informarles y prepararles la documentación sobre las últimas leyes y normas establecidas para su sector, también le ofrece ayuda para mejorar su situación laboral en la empresa: optimizando los recursos (eso también le produce una optimización en los costes) y el tiempo. Otros socios serían las empresas que le ayuden a realizar algunas de sus actividades, por ejemplo: si dicha empresa es de construcción, sus socios serían las empresas que le venda los materiales necesarios para llevar a cabo sus actividades; o si es de agricultura, serían las empresas a las que les compra las semillas y los productos necesarios para el cultivo. También serían socios otras consultoras que se dediquen a otros servicios distintos a los mencionados antes, ya que ellos son especialistas en ello y dicha empresa no tendría tampoco los conocimientos para realizarlos.

- Dice y hace:

Los clientes tienen ciertas inquietudes porque tienen una necesidad y no tienen los conocimientos de ello para resolverlos solos, por ello necesitan la ayuda de personal cualificado, en esta caso sería la empresa. La empresa muestra su confianza a sus posibles clientes para desarrollarles las necesidades que tienen, ya que dicha empresa está especializada en las actividades de su sector. Para mostrar su confianza, primero tiene que escuchar las necesidades de sus clientes y después comentarles cómo lo haría, los materiales necesarios para llevarlo a cabo, el tiempo que se tardaría en realizarlo y presupuesto. Posteriormente, la empresa debe cumplir con todo lo que le ha ofrecido al cliente y así ambos quedarán satisfechos del trabajo realizado.

Para llevar a cabo lo mencionado anteriormente, es fundamental cumplir con los requisitos de obligado cumplimiento tanto del personal, como del área de trabajo, y además es fundamental el funcionamiento de la empresa (los recursos, el tiempo, el equipo de trabajo y los costes). Dicha empresa tiene los conocimientos de las actividades que desarrolla en su sector, pero no tiene los que son fundamentales para el funcionamiento de ella, por lo tanto, necesita la ayuda de otros que sí conozcan ese sector. Para ello, la empresa tiene que contratar a una consultora que se encargue de ello, pero dicha consultora debe garantizarle la seguridad, calidad y confianza de los servicios que les va a ofrecer.

- Duele:

Lo que realmente le duele es no poder resolver los problemas que le surgen por no saber cómo enfrentarse a ellos, ya que no adquieren los conocimientos de ello. Siendo dichos problemas: no cumplir con las leyes y las normas de obligatorio cumplimiento, que se cumplan pero estén desactualizadas y no estar los trabajadores documentados (que no se encuentre activo en la empresa, es decir, que esté registrado sin trabajo).

- Aspira:

Lo que desea lograr es el liderazgo, la diferencia que les haga tener más clientes (ya sean nuevos o antiguos que quedaran satisfechos y quieran volver a repetir), ser mejores con respecto a su competencia, tener la tranquilidad de que al tener todo en regla según lo establecido, no podrá ser sancionado por ilegalidad y mejorar la situación laboral de su empresa.

Para ello, debe responder de forma adecuada a sus clientes en plazos, calidad, precio, y además tiene que cumplir con las normas y leyes que son de obligatorio cumplimiento. A la hora de cumplir dichos requisitos, necesita contratar a una consultora que esté especializada en estos tipos de servicios para que se lo realice, ya que dicha empresa no tiene los conocimientos para ello. La consultora debe transmitirle confianza en las fechas de entrega, seguridad de que los documentos que va a realizar están completos y actualizados, calidad con respecto al precio y el trato personal.

-Si es cliente directo (las personas o empresas que acuden a LGR INGENIEROS S.L. porque necesitan su ayuda para satisfacer alguna necesidad de los servicios que ella desempeña) sería el siguiente:

- Piensa y siente:

Lo que realmente le importa es satisfacer las necesidades de sus clientes y además tenerlos contentos con respecto a la calidad y seguridad que les ofrecemos en nuestros servicios, la actualización y privacidad de los datos de los clientes, el precio, la confianza, el plazo de entrega,... Todo ello es fundamental para que el cliente confíe en nosotros y para ello, debemos demostrarle que somos capaces de cumplir sus objetivos. De esta forma no quedará solamente el cliente satisfecho (ya sea actual que aún le estemos ofreciendo nuestros servicios o antiguos que ya se lo hicimos), sino que nos dará publicidad, ya que hablará de nosotros y nos recomendará a otros posibles clientes nuevos o de los antiguos que quedaran contentos con nosotros y deseen repetir otra vez de nuestros servicios.

Al final, lo que más nos importa a nosotros es obtener cuantos más clientes mejor, pero no solo por tener más trabajos que realizar y tal vez aumentar el negocio, sino por darnos a conocer como una buena empresa de: confianza, estabilidad, realizar los servicios requeridos de forma ordenada, clara y actualizada.

- Oye:

Lo que le influencia realmente son las normas y leyes establecidas por el Gobierno que son de obligatorio cumplimiento y si no las cumplen llegan a ser sancionados. No todas las normas y leyes son iguales porque varían adaptándose al sector en el que se estén realizando los servicios. Es muy importante estar atentos y conocer las actualizaciones, es decir, estar al día porque si se cumple una norma o ley, pero hay una nueva actualizada y no se corresponde con ella, también puede ser sancionado por no estar cumpliendo las normas actuales. Siendo un ejemplo de ello:

En el BOE (Boletín Oficial del Estado), los códigos electrónicos: Prevención de Riesgos Laborales que su última actualización fue el 23 de marzo de 2019. En ella se encuentran dos leyes: la 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales y la otra 31/2006, de 18 de octubre, reguladora de la subcontratación en el Sector de la Construcción. Además, consta de las normas reglamentarias, inspección de trabajo y seguridad social, comisión nacional de seguridad y salud en el trabajo, coordinación de actividades empresariales, servicios de prevención, administración general del Estado, centros y establecimientos militares, guardia civil, cuerpo nacional de policía e infracciones y sanciones. Pero, no tendría que realizar todos los apartados, ya que solamente hay que centrarse en los servicios del sector que se vaya a llevar a cabo.

- Ve:

La consultora ofrece los servicios de asesoría fiscal y contabilidad, entre otros, pero no realiza los servicios de seguridad laboral y de optimización tanto de recursos como de tiempo. Por lo tanto, para satisfacer las necesidades de sus clientes tiene que contar con la ayuda de otra consultora que se encargue de realizar dichas actividades, y para ello tiene que contratarla (en este caso, sería yo). En dicho caso, yo sería uno de los socios de la consultora, ya que gracias a mi colaboración puede resolver el problema que le había surgido de no poder responder ni satisfacer las necesidades de sus clientes en las actividades que no están especializados, y así seguirán dando buena imagen a su consultora. Por el contrario, si dicha consultora no cuenta con mi ayuda, empezaría a fracasar por no poder responder a los servicios que sus propios clientes necesitan de ellos. Además de mí, pueden tener más socios, es decir, que dicha consultora contrate otras consultoras para que les ayude con otros servicios que ellos no desempeñen, un ejemplo de ello es la realización y gestión de proyectos dentro del ámbito financiero y asegurador, o el asesoramiento tecnológico.

- Dice y hace:

A sus clientes les dice que no se preocupen por las necesidades que a ellos les surgen porque dicha consultora se encuentra a su disposición para ayudarles y resolverles los problemas que tengan, ya que ellos no tienen los conocimientos para desarrollarlo. Además de que dicha consultora se dedica a ello y sabe dónde se encuentra la información requerida de obligatorio cumplimiento, cómo desarrollar la documentación pedida y los puntos fundamentales que hay que desarrollar.

La consultora debe informar a sus clientes sobre el plazo para entregarles la documentación pedida y los datos e información detallada que necesitará de ellos para poder realizar el servicio. Al final, cuando les entregue la documentación deseada, les debe explicar brevemente qué es lo que ha realizado, cómo lo ha realizado y lo que argumenta de forma clara para que ellos lo entiendan y conozcan el contenido de la documentación que le han realizado, para que quede constancia de que los clientes están satisfechos con el servicio obtenido tanto por satisfacer sus necesidades como por el cumplimiento de las condiciones y trato personal.

- Duele:

Lo que realmente le duele es no poder llegar a cubrir las necesidades de sus clientes, y eso puede suceder de dos formas:

- No cumplir con las expectativas del cliente de la fecha de entrega, que la información no sea clara y detallada o que dicha información sea incompleta, que los informes realizados cumplan con las normativas, pero estén desactualizados porque haya salido una nueva norma o ley posterior y no se corresponda con ella.

- No tener los conocimientos suficientes para desempeñar los servicios por los que el cliente contrata a dicha consultora. Por ello, la consultora si quiere satisfacer las necesidades de sus clientes necesita contratar a otra que tenga los conocimientos para realizar dichos servicios, y si no tendrá que cubrir solamente los servicios que ella pueda ofrecerles y los demás no. Eso le llevaría al fracaso por no cubrir las necesidades de sus clientes. Pero, también puede suceder que se contrate a otra consultora para desarrollar dichos servicios y no los realice adecuadamente por: no entregar a fecha de plazo, no ofrecer los datos y documentos suficientes, la desactualización de normas y leyes que deba cumplir,...

- Aspira:

Lo que realmente desea es tener buena reputación ante la sociedad, dar buena imagen como empresa, que sus clientes se sientan orgullosos y satisfechos con los servicios que ellos les ofrecen tras las necesidades que a ellos le surgen contratar a dicha consultora. Su objetivo es tener cuantos más clientes mejor porque eso les hace tener más popularidad a la hora de elegirlos a ellos y no alguno de la competencia. Para dicha consultora, son muy importantes los clientes porque cuando se tiene al cliente contento, no solo volverá la próxima vez que los necesite, sino que también los recomendarán y dará publicidad de ellos a otros posibles clientes.

Se pueden dar a conocer de muchas formas: a través de Internet (páginas webs, redes sociales,...), colocando carteles o dando charlas para darse a conocer, pero de la mejor forma es a través del boca a boca de los clientes porque ellos pueden contar sus experiencias propias, mostrando confianza, calidad y seguridad. De esta manera, hace que dicha consultora se diferencie de los demás, conseguir destacar de su competencia, pero sobre todo, conseguir el éxito, ser exclusivo y líder en su sector.

## Anexo B. Situación de las mujeres

---

Las mujeres ocupan puestos de trabajos, por lo general, inferiores al de los hombres, contando solamente con el 27% de los cargos directivos en nuestro país, también cuentan con el 18% menos de probabilidad de ser promocionadas durante la primera etapa de la incorporación al mercado laboral. Ellas tienen peores calidades en el empleo, la tasa de paro y el salario medio, pero, ¿por qué? si hay un mayor porcentaje de mujeres que estudian en las universidades (58,4%) con respecto a los hombres (57%), incluso obteniendo mejores resultados académicos y menor porcentaje de abandono en comparación a los hombres.

Tras realizar encuestas e informes, se han obtenido buenos resultados con respecto a las mujeres sobre la responsabilidad, voluntad, disciplina, afán de superación, el compromiso con los objetivos fijados y además de tener una buena cabeza, todo ello debe tenerse en cuenta de forma positiva para las empresas. Por ello, es fundamental la importancia de las relaciones en el mundo de los negocios y además, la creación de un networking (“es una actividad socioeconómica en la que se reúnen los emprendedores y los profesionales para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes potenciales”), la libertad de expresar sus opiniones y buscar la igualdad en los puestos de trabajo.

(Jarabo, 2019)