



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

“EL PLAN DE NEGOCIO: PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS”

Autor: Yaying Wu

Profesor: Consuelo González

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Año académico 2019-2020

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	7
1.1. MOTIVACIÓN	7
1.2. OBJETIVO Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO.....	8
2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA.....	9
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO	9
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	13
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	18
3. VIABILIDAD COMERCIAL	21
3.1. DISEÑO DEL SERVICIO.....	22
3.2. PLAN DE MARKETING	24
4. VIABILIDAD TÉCNICA	30
4.1. LOCALIZACIÓN	30
4.2. DIMENSIÓN DEL NEGOCIO	30
4.3. PROCESO PRODUCTIVO.....	30
5. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA.....	33
5.1. ASPECTOS FORMALES	33
5.2. ORGANIZACIÓN.....	34
6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	36
6.1. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL.....	37
6.2. VENTAS/CONSUMOS	37
6.3. PRESUPUESTO DE TESORERÍA.....	39
6.4. BALANCE DE SITUACIÓN	40
6.5. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	41
6.6. RENTABILIDADES Y RATIOS FINANCIEROS.....	42
7. VALORACIÓN DE RIESGO	43

8. RESUMEN Y CONCLUSIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS.....	49
ANEXO 1. EL MERCADO LABORAL EN 2019	49
ANEXO 2. PIB EN ESPAÑA	49
ANEXO 3: ENCUESTA ÓPTIMAWEB.....	50
❑ FICHA TÉCNICA	50
❑ ENCUESTA	50
❑ RESULTADOS	52
ANEXO 4: TOTAL EMPRESAS ACTIVAS EN ZARAGOZA.....	55
ANEXO 5. ANÁLISIS EMPRESAS ARAGÓN	56
ANEXO 6. CONTRATO	57
ANEXO 7. INGRESOS Y COBROS (AÑO 1).....	59
ANEXO 8. CUENTA DE TESORERÍA MENSUAL (AÑO 1)	61
ANEXO 9. CUENTA DE TESORERÍA	61
ANEXO 10. BALANCE SITUACIÓN MENSUAL (AÑO 1)	62
ANEXO 11. AMORTIZACIÓN INMOVILIZADO	62
ANEXO 12. BALANCE SITUACIÓN	63
ANEXO 13. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (AÑO 1).....	64
ANEXO 14. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	64
ANEXO 15. LIQUIDACIÓN DE IVA (AÑO 1)	65
ANEXO 16. LIQUIDACIÓN DE IVA	65

ÍNDICE TABLA DE ILUSTRACIONES

Tabla 1. Clientes actuales	14
Tabla 2. Importe a pagar	28
Tabla 3. Escenario anual	29
Tabla 4. Escenario mensual	29
Tabla 6. Salario y SS. Trabajadores	36
Tabla 7. Salario y SS. Socios	36
Tabla 8. Inversiones iniciales	37
Tabla 12. Rentabilidad económica	42
Tabla 13. Rentabilidad financiera.....	42
Tabla 14. PayBack	43
Gráfica 1. Número de eventos (primer año)	38
Gráfica 2. Presupuesto de tesorería mensual	39
Gráfica 3. Presupuesto tesorería anual	40

RESUMEN

Este trabajo es un plan de negocios para ÓptimaWeb, para analizar la viabilidad de introducir un nuevo servicio de marketing offline que consiste en planificar y organizar eventos corporativos. El objetivo principal es ofrecer a los clientes un servicio integral compuesto por estrategias de marketing digitales y tradicionales. En primer lugar, se realizará un análisis estratégico que incluye el análisis PEST, la determinación del público objetivo y el análisis de nuestros principales competidores. En segundo lugar, se realizará un plan de marketing para dar a conocer el nuevo servicio ante nuestro público potencial y se ofrecerá información sobre las decisiones tomadas respecto al precio, promoción, gestión del personal contratado y los trámites administrativos y legales para la puesta en marcha del proyecto. En tercer lugar, se llevará a cabo un análisis económico-financiero para un horizonte de cinco años a través del cual podremos conocer la viabilidad de nuestro nuevo servicio. Finalmente, se hará un análisis de riesgos que nos ayudará a determinar las medidas correctoras que debemos adoptar ante diferentes situaciones que puedan afectar a nuestro negocio.

ABSTRACT

This dissertation is a business plan for OptimaWeb in order to analyse the viability of introducing a new marketing offline service which consists on planning and organizing corporate events. The main objective is to offer the clients a comprehensive service made up digital and traditional marketing strategies. Firstly, a strategic analysis will be conducted which includes PEST analysis, target audiences and competitive analysis. Secondly, a marketing plan will be carried out in order to make the new service known. This plan includes all the information related to price, promotion, staff management and administrative and legal issues to start up the project. Thirdly, a financial and economic analysis for 5 years time-frame will be conducted which will show the viability of the new service. Finally, a risk analysis will be carried out in order to determine the corrective measures that OptimaWeb should adopt considering different situations that could affect the business.

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. MOTIVACIÓN

El objetivo de este trabajo es realizar un plan de negocio para analizar la viabilidad de una nueva línea de servicio en una Agencia de Marketing Digital de Zaragoza, llamada ÓptimaWeb.

Hoy en día, la **presencia de internet** en el mundo de los negocios es imprescindible, ya sea para negocios desarrollados íntegramente en internet o comercios que poseen tienda física además de vender de forma online. La **comunicación social digital** que se establece gracias a las nuevas plataformas online como redes sociales, foros, páginas webs, etc., han conseguido llegar a una audiencia mucho más alta.

Cualquier empresa es posible cliente de una **agencia de marketing online** para aprovechar las oportunidades que ofrece el escaparate de Internet. Una agencia de marketing está especializada en el asesoramiento de las estrategias de marketing a usar para cada empresa, dependiendo de cuáles sean sus objetivos establecidos, los plazos, a qué público objetivo se dirige y qué productos y/o servicios ofrece.

A pesar del avance de Internet y sus herramientas, el marketing digital se limita a la hora de poder llegar a usuarios que desconocen o no disponen de esas plataformas online. Este es el caso de las personas mayores que no saben usar dispositivos como móviles u ordenadores, usuarios que no tienen cuenta personal en ciertas plataformas, personas de desconfían de Internet o que ignoran la publicidad online, etc. Esto quiere decir que el **marketing tradicional** sigue siendo necesario a pesar de la gran masificación que ha tenido Internet.

Se clasifican como estrategias de marketing offline los anuncios en medios masivos, directorios comerciales, acciones de marketing directo, patrocinio de eventos y el Street marketing. El uso de las estrategias de marketing offline hace que la marca y el cliente tengan una relación directa y experiencial.

ÓptimaWeb sabe que para cualquier negocio es fundamental mantener una presencia online, pero es muy positivo completar esta presencia online con estrategias de marketing tradicional. Por ello, el planteamiento principal de este proyecto es la presentación de un **servicio offline** dentro de una agencia de marketing digital, y nos hemos decidido por ofrecer un servicio de **planificación y organización de eventos corporativos**.

La **organización de eventos** es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones. Se resume como el conjunto de medios y técnicas utilizadas para vincularse con sus distintos públicos de manera personal y directa con el objetivo de agregar valor a su imagen corporativa. Ayuda a construir el reconocimiento de la marca y transmitir confianza a los oyentes, fortalecer relaciones de comunicación, aumentar tu cartera de clientes, crear ingresos adicionales, etc.

La idea de esta nueva línea de servicio surge por mi parte. Me llamo Yaying Wu y soy alumna de Marketing e Investigación de Mercados en la Universidad de Zaragoza. Tras empezar mis prácticas curriculares en una Agencia de Marketing Digital en Zaragoza, llamada **ÓptimaWeb**, tuve la idea de implantar el marketing offline en la empresa con la finalidad de ofrecer un servicio integral a los clientes que nos dirigimos, y que estos puedan ofrecer una relación directa y experiencial entre su marca y su audiencia en un evento corporativo.

Conocemos casos de clientes que recurrieron a agencias de organización de eventos u otros establecimientos especializados para la gestión de este servicio, por lo que es interesante implantar este servicio a disposición de estos ya que, de esta manera, aumentaríamos nuestra cartera de servicios, fidelizaríamos a nuestros clientes, nos dirigiremos a más público potencial, ahorraríamos trabajo a nuestros clientes, y lo más importante, ofreceremos un servicio completo y totalmente personalizado.

A continuación, para analizar la viabilidad de esta nueva línea de servicio, procederemos a explicar el objetivo y la estructura del plan de negocio.

1.2. OBJETIVO Y ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO

Para conocer la viabilidad del proyecto, debemos conocer los procedimientos y estrategias que han de realizarse para la puesta en marcha del nuevo servicio. De esta manera, se pretende conocer si la inversión resulta viable económica, financiera y técnicamente y aporta rentabilidad a los promotores del negocio.

En primer lugar, realizaremos un análisis del entorno general de la empresa estudiando los factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos para conocer el mercado donde la empresa va a desarrollar el nuevo servicio. Definiremos el mercado objetivo para conocer cuáles son nuestros clientes potenciales, los segmentos a los que nos vamos a dirigir, el tamaño y analizaremos nuestros principales competidores, para

determinar las estrategias que se llevará acabo la empresa para conseguir diferenciarse de ellas.

En segundo lugar, pasaremos a realizar un análisis comercial. Detallaremos información sobre los tipos de eventos corporativos que vamos a ofrecer, los materiales y servicios disponibles para el evento, el plan de marketing que realizaremos para dar a conocer la nueva línea de servicio a nuestros clientes, y la estimación de precios y previsión de ventas que nos ayudará a la hora de desarrollar nuestro análisis económico-financiero.

En el apartado de la viabilidad técnica detallaremos la ubicación del espacio donde se organizarán los eventos corporativos, las dimensiones del local, las inversiones iniciales que debemos asumir para la puesta en marcha del servicio, así como los costes fijos y variables de los productos y servicios a contratar.

En el análisis de la estructura legal y organizativa, se definirá la forma jurídica de la actividad y se detallarán las tareas que han de realizar cada trabajador de ÓptimaWeb, así como la manera en la que se van a repartir el trabajo, compaginando las tareas de marketing digital y eventos corporativos.

En análisis económico financiero nos ayudará a conocer las necesidades de inversión y financiación para la puesta en marcha del servicio y posteriormente, evaluar la viabilidad del proyecto mediante el cálculo de distintos indicadores y ratios.

Finalmente, estudiaremos los riesgos a los que nos enfrentamos, cuáles son sus consecuencias y cómo actuaremos ante ellos.

2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA

A continuación, procederemos a recopilar información acerca de la situación del entorno de nuestra empresa para determinar la estrategia adecuada. Las decisiones estratégicas son lo que determinan el futuro de nuestra empresa a largo plazo. Para ello, pasaremos a realizar tres tipos de análisis:

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El entorno empresarial es el lugar donde cualquier empresa procederá a realizar el desarrollo de su actividad.

El modelo PEST nos ayudará a reconocer todos los factores externos de la empresa que nos proporcionará la información necesaria para identificar las oportunidades y amenazas de nuestro entorno.

2.1.1. FACTORES POLÍTICOS

“La política es un obstáculo para los negocios durante el año 2020 que un marco estable y neutro para un comercio global dinámico y un aumento de la inversión empresarial” según ABC, el 5 de enero de 2020.

El estancamiento político y la debilidad institucional en España puede ser un problema para nuestro negocio. La consultora IHS Markit ha constatado en el mes de febrero del año 2020 que la inquietud sobre el entorno político actual en España afecta negativamente la confianza de las empresas españolas. Muchas empresas han suspendido los planes de negocio hasta que se visualice una mayor claridad en lo que respecta al entorno político. Además, de que el factor político español se cruza con la tendencia global de desaceleración y España rebasará su objetivo de déficit en 2020 por falta de presupuestos, nos enfrentamos a las medidas sin precedentes, adoptadas el 14 de marzo de 2020, por el gobierno español para frenar la propagación de la pandemia de COVID-19.

Estas medidas incluyen el cierre temporal de negocios no esenciales y la imposición de restricciones de movilidad. Si esta situación se agrava, será una amenaza para la puesta en marcha de nuestro servicio, visto por la cantidad de eventos empresariales cancelados debido a la epidemia.

Todas estas incertidumbres políticas nos pueden afectar en la toma de decisiones respecto a la puesta en marcha del proyecto, a la inversión y la contratación del personal.

2.1.2. FACTORES ECONÓMICOS

- EMPLEO

En el año 2019, España creó 402.300 empleos. El salario mínimo subió un 22,3%, la ocupación aumentó en 92.600 trabajadores y el paro cayó en 22.500 personas¹. Aunque haya cierto crecimiento, aun existe una gran diferencia para restablecer el nivel económico que disponíamos antes de la crisis del año 2008. Sin embargo, en 2020, el recuerdo de la Gran Recesión de 2008 vuelve a la memoria de todos los ciudadanos tras haber declarado el estado de alarma por la pandemia debido al COVID-19. En marzo del 2020, la mitad de los españoles teme perder el empleo por la crisis del coronavirus, según una encuesta de EL PAÍS. El 60% de los usuarios que han realizado la encuesta ven poco probable seguir trabajando después de esta crisis y más de 760.000 trabajadores entran en

¹ Ver ANEXO 1. EL MERCADO LABORAL EN 2019 (INE)

paro temporal en toda España por el coronavirus. Muchas empresas han tomado el teletrabajo como herramienta para seguir con sus respectivos negocios, pero esto no deja de afectar a su método de trabajo habitual y su productividad.

A corto plazo es difícil de evaluar nuestra situación tras la salida de esta crisis, pero lo que está claro es que nos enfrentaremos inevitablemente a ciertas pérdidas. Si existe la posibilidad del desplome de empresas debido a la epidemia, esto nos afectará a la entrada de nuevos clientes en cartera o pérdida de clientes actuales que no resistan a este problema. De la misma manera, una cosa lleva a la otra, si nuestros beneficios bajan, probablemente nos encontremos en dificultades para poder invertir en el nuevo servicio.

- PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)

El PIB de España en 2019 ha crecido un 2% respecto a 2018.² Sin embargo, actualmente en el año 2020, España se enfrentará al gran golpe económico por el impacto de la crisis por el COVID-19. Los bancos españoles se verán afectados en primer lugar por la recesión que azotará el país. La escala estimada de caída del PIB equivale a un recorte anual de hasta 2 puntos porcentuales por cada mes de confinamiento estricto, que así incluyen numerosos factores. El hecho de no poder determinar la duración de la pandemia dificulta precisar en qué medida va a perjudicar a la economía, pero está claro que la reducción del crecimiento para el PIB nacional será una gran amenaza para el sector económico y, en este caso, para las microempresas como nosotros.

- TIPOS DE INTERÉS

Desde marzo del año 2016, los tipos de interés en Europa han permanecido en mínimos históricos, al 0%. El BCE anunció en el mes de marzo de 2020 que el tipo de interés seguirá siendo igual a pesar de los efectos del coronavirus con el fin de impulsar la actividad económica y combatir los efectos perjudiciales de la expansión de la epidemia en la economía mundial, lo que viene siendo ventaja ese porcentaje para el sector de los negocios en cuanto a la petición de préstamos a tipo de interés 0. Con estas medidas, las empresas pueden comprobar mes a mes como sus pagos para hacer frente a esas deudas se hacen menores, por lo que se puede destinar el ahorro que tienen en esa partida a otros gastos de su negocio.

² Ver ANEXO 2. PIB EN ESPAÑA (INE)

Tras este análisis de los factores económicos, concluimos que nos enfrentamos a una fuerte amenaza debido al gran golpe que sufrirá la economía a causa de la crisis sanitaria del COVID-19. No podemos poner en marcha nuestro nuevo servicio si las medidas de prevención impartidas por el Gobierno perduran mucho más tiempo de lo previsto ya que, tanto para la puesta en marcha como el proceso del nuevo servicio en sí, necesita la presencia del personal especializado para realizar el trabajo. No obstante, gracias a que somos una agencia de Marketing Digital y ofrecemos servicios online, disponemos de todas las herramientas necesarias para el teletrabajo y seguimos realizando nuestras tareas diarias de marketing online a nuestros clientes en casa sin ningún problema, pero nos exponemos a clientes que se han visto obligados a cerrar sus negocios y/o paralizar sus actividades. Por lo que, si paralizan también su gestión de marketing contratada con nosotros, descenderá nuestra facturación. Las causas económicas de esta crisis nos perjudican a todos mediante el proceso en cadena.

2.1.3. FACTORES SOCIOCULTURALES

Según las Cifras de Población y la Estadística de Migraciones difundidas por el INE, España superó por primera vez los 47 millones de habitantes en el primer semestre de 2019 por el incremento de 163.336 personas gracias a la inmigración. Además, por primera vez, la edad media de la población ha superado los 44 años y muy lejos de la media de 30 años que se registraba en 1975.

La aparición de población extranjera nos abrirá las puertas a conocer otras culturas más de cerca, a tratar con personas de otros países y que nos pueden aportar grandes conocimientos e ideas a nuestro negocio. Las cifras de la edad media en España son ventajosas para nuestro servicio, ya que nos queremos dirigir a empresarios que quieran realizar un evento corporativo y, según los datos EL PAÍS, la edad media del emprendedor potencial es de 37,3 años y la media de los empresarios consolidados 49,5 años.

2.1.4. FACTORES TECNOLÓGICOS

Durante 2019 Europa consiguió alcanzar un récord de financiación de proyectos tecnológicos, pero el avance no tenía que ver con lo que estaba ocurriendo en particular en España. Según el Estudio Top Technology Trends 2019, España financió 1.340 millones de dólares en 2019 y este importe es solo un 4% del total invertido en Europa. Dado que las tendencias tecnológicas son un elemento imprescindible para el desarrollo

de nuestro negocio, tanto para los servicios online que ofrecemos en la agencia como para la nueva línea de servicio tradicional, si España financiase más en proyectos tecnológicos, probablemente podríamos disponer de mejores tecnologías de la información, telecomunicaciones y contenidos audiovisuales que potenciarían las actividades de nuestra empresa.

Otro dato interesante que revela el Estudio Top Technology Trends 2019, es que las tecnologías que se debería invertir este 2020 son el marketing digital, la computación en la nube (Cloud Computing) y la seguridad de datos, algo que mejoraría la productividad de nuestro trabajo y nos ayudaría a diferenciarnos de la competencia.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado ayudará a comprobar la viabilidad comercial del proyecto mediante un examen profundo del microentorno, es decir, de las características del entorno próximo a la empresa que puedan ayudarnos o, por el contrario, dificultar la puesta en marcha del nuevo servicio.

Gracias a este análisis del microentorno, podremos establecer el mercado objetivo al que nos dirigimos, el tamaño del mercado, las tendencias, la segmentación, quiénes serán los clientes, cómo podremos influir en sus hábitos, etc.

2.2.1. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Como ya se ha citado en los apartados anteriores, la empresa objeto del presente plan de negocio es una Agencia de Marketing Digital llamada ÓptimaWeb ubicada en Zaragoza.

Dicha empresa tiene 5 años de antigüedad y el sector al que pertenece es Marketing y Publicidad. La agencia está en constante crecimiento, pese al incremento de agencias de marketing en Zaragoza en los últimos años y la crisis que sufrió la a mitad del año 2018. Actualmente, ÓptimaWeb se encuentra muy bien posicionada en cuanto a sus competidores y en el mes de febrero del año 2019 su cartera de clientes ha aumentado en gran volumen en comparación del trimestre anterior.

El negocio de esta agencia se caracteriza por la aportación de estrategias de marketing digital a las pequeñas y medianas empresas. Sus especialidades son el Diseño Gráfico, Diseño Web, SEO, SEM, Social Media, Branding, Redes Sociales, Posicionamiento Web, entre otros.

La empresa destaca por el asesoramiento integral, la gestión personal y la profesionalidad de los trabajadores, con el objetivo de ayudar a potenciar el negocio de sus clientes en el mercado.

Tenemos como objetivo implantar la planificación y organización de eventos empresariales como nueva línea de servicio, así para potenciar el marketing offline dentro de nuestra empresa y poder ofrecerles a los clientes actuales y futuros un servicio de marketing completo. Según diversas fuentes secundarias, como el INE, EventosPlus, entre otros, la demanda de eventos corporativos en España está en constante crecimiento. “El crecimiento de eventos supone un aumento del 5,6% del beneficio de las empresas”, según RRHHDigital, artículo publicado el 28 de mayo del 2018.

Este proyecto es una gran oportunidad que nos ayudará a diferenciarnos de nuestros competidores, a ofrecer un servicio integral, a aumentar nuestra productividad y a que los clientes tengan a su disposición más elecciones de servicios de marketing para su negocio.

2.2.2. CLIENTES DE ÓPTIMAWEB

A continuación, se exponen los clientes a los que actualmente les estamos realizando la gestión del marketing digital. Son microempresas pertenecientes todas al sector servicios. El servicio más demandado por estos clientes es la gestión de RRSS, dado que las plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn son las herramientas más potenciales hoy en día en el mundo online.

Tabla 1. Clientes actuales

Aragonesa de PVC	DPV	Farmacia Ros	Ferysu
Doctor Toledo	Luad	Maser	Naturdreams
H2o	Plus Farma	Sun Premier	Fundación Gutierrez Tapia
Ayuntamiento Fuendetodos	Piscinas Tehima	Funeraria Aragón	Serenzar
Plásticos Ascaso	XeraXula	DFA	Arte y Madera

Elaboración propia

Como hemos mencionado anteriormente, muchas empresas consideran que un evento corporativo es una estrategia de comunicación muy potencial para su negocio, por lo que nos ha parecido interesante conocer la opinión de clientes con los que hemos trabajado, tanto antiguos como actuales, para validar la viabilidad del proyecto dentro de nuestra empresa.

Hemos procedido a realizar una encuesta a través de Google Formulario³ con una serie de preguntas.

La encuesta se ha enviado a un total de 31 clientes (16 actuales y 15 antiguos del último año) y hemos obtenido un total de 19 respuestas. La buena noticia es que de los 11 encuestados que nunca han realizado un evento corporativo, 8 afirman querer realizar en un futuro un evento para su empresa.

2.2.3. CLIENTES POTENCIALES

Debido a que ÓptimaWeb ofrece una gran variedad de servicios de marketing, el segmento de población al que se dirige es bastante amplio. Por lo que hemos podido contemplar en el apartado anterior, nos dirigimos especialmente a empresas pequeñas, sobre todo a las autónomas, ya que disponen de menos recursos y/o conocimientos para desempeñar funciones de marketing digital. Por el contrario, las empresas grandes ya disponen de sus propios departamentos de marketing en el establecimiento y no necesitan nuestros servicios.

El objetivo del proyecto, la planificación y organización de eventos como nuevo servicio, está dirigido para todas aquellas empresas que tengan interés en realizar algún evento empresarial. Para establecer nuestros clientes potenciales, se consultará en primer lugar el número de empresas que hay en el área de actuación, es decir, en Zaragoza. Según los resultados buscados en INE, existe un número de 65.336 empresas activas en Zaragoza⁴.

En segundo lugar, queremos conocer cuál es el sector más habitual en el entorno empresarial aragonés, y según los datos de la herramienta Insight Viwe de Iberinform, filial de Crédito y Caución, el perfil de una empresa media en Aragón es una micropyme del sector servicios⁵. Este sector pertenece a ser un 66,3% del total de empresas activas en Zaragoza según INE y, además, es el perfil más ha respondido en nuestra encuesta de investigación. Por todo ello, hemos decidido centrarnos en las microempresas del sector servicios de Zaragoza.

³ Ver ANEXO 3. ENCUESTA ÓPTIMAWEB

⁴ Ver ANEXO 4. TOTAL EMPRESAS ACTIVAS EN ZARAGOZA (INE)

⁵ Ver ANEXO 5. ANÁLISIS EMPRESAS ARAGÓN

2.2.4. ANÁLISIS DAFO

Este análisis hace referencia a los puntos internos que pueden dificultar el logro de los objetivos de la empresa, a las condiciones del entorno que podrían afectar negativamente al desarrollo de la actividad de la empresa, las características internas que pueden favorecer el desarrollo de la actividad de la empresa y las situaciones externas que pueden ayudar a cumplir los objetivos de la empresa.

- **DEBILIDADES**

Hace referencia a los puntos internos que pueden dificultar el logro de los objetivos de la empresa:

- Nuevo servicio en la empresa. Tras haber seguido desde el inicio la línea marketing digital, puede llegar a ser difícil el reconocimiento de una nueva línea de servicio offline.

- **AMENAZAS**

Hace referencia a las condiciones del entorno que podrían afectar negativamente al desarrollo de la actividad de la empresa:

- Competidores. Las empresas competidoras, que identificaremos más adelante en el análisis de competencia, son agencias de marketing que ofrecen servicios similares y que disponen del servicio que queremos implementar: organización de eventos.
- Captación de nuevos clientes. Como hemos mencionado anteriormente, la existencia de empresas competidoras en el mercado puede dificultarnos en la captación de clientes, ya que existirán clientes ya fidelizados con ellas.
- Crisis sanitaria por el COVID-19. Según lo que hemos estudiado en el análisis del entorno, la crisis sanitaria por la epidemia afectará en el crecimiento del sector económico, la productividad de trabajo y en el desarrollo de los negocios. Los efectos económicos que trae esta crisis dificultará la puesta en marcha de nuestro proyecto.

- FORTALEZAS

Hacer referencia a las características internas que pueden favorecer el desarrollo de la actividad de la empresa serían las siguientes

- Ya disponemos de una oficina, solo es necesario el espacio para el desarrollo del evento.
- Ofrecemos un servicio integral y personalizado para el cliente.
- Contamos con un personal totalmente cualificado tanto para el nuevo servicio que queremos poner en marcha como para los servicios online que completan ese nuevo servicio.
- La zona geográfica. Nos ubicamos en el centro de Zaragoza, una zona bien comunicada para nuestros clientes potenciales
- Disponemos de clientes actuales puede ayudarnos en la captación de nuevos clientes mediante boca-oído y a los que podemos ofrecerles el nuevo servicio de manera directa y personal.

- OPORTUNIDADES

Hace referencia a las situaciones externas que pueden ayudar a cumplir los objetivos de la empresa:

- Según el estudio Top Technology Trends 2019, mencionado en el análisis de factores tecnológicos, una de las tecnologías en las que se quiere invertir en el año 2020 es en Marketing Digital, algo que mejoraría nuestra productividad y nuestras herramientas de trabajo.
- Aumento de inmigrantes en España. Esto ayuda a aportarnos conocimiento de nuevas culturas, nuevos perfiles de clientes, negocios en el extranjero, nuevas ideas para nuestro negocio, etc.
- Edad media de la población. Tanto la edad media de la población española como la edad media de empresarios potenciales y consolidados, encaja con nuestro público objetivo.

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este apartado analizaremos los principales competidores existentes en Zaragoza que nos ayudará conocer el mercado al que nos enfrentamos y diferenciarnos de ellos.

Empezaremos por la búsqueda de información acerca de nuestros competidores actuales. Para ello, hemos dividido nuestros competidores en tres grupos: agencias de marketing que disponen de organización de eventos, agencias de organización de eventos y hoteles para eventos. Posteriormente, usaremos el modelo estratégico elaborado por Michael Porter, en el cual se investiga el nivel de competencia a través de las cinco fuerzas competitivas.

- AGENCIA DE MKT CON ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Analizaremos las agencias de marketing que disponen de planificación y organización de eventos, ya que es el servicio que queremos implementar en nuestra agencia de marketing digital.

Según el listado de sortlist con la búsqueda de “Mejores Agencias de Marketing Zaragoza” aparecen 204 agencias en el listado. Entre ellas se han encontrado lo que tienen el servicio de “Evento” a las siguientes:

- ESSENTIA CREATIVA
 - Ubicación: C/ La Paz 3, entresuelo izda
 - Servicios: Marca y Estrategia, Campañas publicidad, Eventos, EndoMarketing y Retail y Punto de venta
- GISTE PRODUCCIONES
 - Ubicación: Edificio Etopía, planta 4ª 50003
 - Servicios: Spots publicitarios, Eventos, Otros servicios de producción audiovisual
- ZESIS
 - Ubicación: Rodrigo Díaz de Vivar 6
 - Servicios: Gestión de marca, Producción audiovisual, Redes sociales, Marketing y comunicación, Eventos, Tienda online, Publicidad y Relaciones con China
- CAFÉ CONTINUO
 - Ubicación: Moncasi 5, 50006
 - Servicios: Diseño gráfico, Internet/App, Publicidad, Eventos, Seo y Blog

- QUOTAS

- Ubicación: Calle Bilbao 2, 1ºE
- Servicios: Branding, Comunicación, RRPP y eventos, Contratación de medios, Diseño gráfico Y Audiovisual

Tras el análisis de este grupo, hemos observado que la información que refleja estas competencias en sus páginas web es muy escasa. Detallan que ofrecen el servicio de evento, pero no qué tipos de evento ofrecen (corporativos, deportivos, personales...). Tampoco detallan el proceso a seguir, sus materiales necesarios y sus servicios complementarios. Entre todas estas agencias, nuestra competencia más cercana puede ser Giste Producciones. Esta agencia realiza todo lo que nosotros tenemos en mente para nuestro proyecto. Es una productora audiovisual y se dedican a la organización del evento complementado con fotografías, videos y coberturas de medios.

- AGENCIAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Es interesante también analizar de forma individual las agencias de organización de eventos. Estas agencias ofrecen la organización de eventos como su única línea de servicio. A través de la búsqueda de Google Maps, se visualizan 18 agencias de organización de eventos en Zaragoza. Y según el posicionamiento de Google en las mismas aparecen situadas de esta manera:

- EVENTOS EXPERIENCE

- Ubicación: Calle Mas de las Matas, nº 20
- Servicios: Eventos corporativos, Eventos deportivos y Experiencias personales

- ZARAEVENT

- Ubicación: Arzobispo Domenech Nº2, planta 1ª
- Servicios: Eventos corporativos, Eventos deportivos, Fiestas populares y Catering para celebraciones privadas

- IDEAS AMARES EVENTOS Y COMUNICACIÓN

- Ubicación: Calle de Alfonso I, 18, 2ºB
- Servicios: Eventos, Comunicación, Diseño y Creatividad, Congresos y Jornadas, Proyectos culturales y Publicidad

En el análisis de este grupo podemos observar que ofrecen la organización de eventos como su única línea de servicio. El servicio se divide según el tipo de evento que se quiera organizar: corporativos (congresos, inauguraciones, aniversarios, presentación de

productos/servicios...), deportivos (carreras, torneos, campeonatos...), personales (cumpleaños, bodas...), entre otros. Con este grupo nos diferenciamos en que nosotros nos centramos en los eventos corporativos para empresas, en cambio ellos realizan todo tipo de eventos. Pese a esto, no descartamos la idea de añadir otro tipo de evento en nuestra nueva línea de servicio si este proyecto sale adelante.

- **HOTELES PARA EVENTOS**

A parte de las agencias nombradas anteriormente, existen numerosos hoteles en la localidad de Zaragoza que disponen de la organización de eventos.

- GRAN HOTEL

- Ubicación: Calle Joaquín Costa, 5
- Servicios: Alojamiento, Restauración, Eventos, Bodas

- PALAFOX HOTELES

- Hoteles: Reina Petronila, Palafox, Hiberus, Goya, Alfonso y Playa Victoria
- Servicios: Alojamiento, Restauración, Eventos y Bodas

Finalmente, lo que podemos destacar de este grupo de competidores es la disposición y oferta de eventos de cualquier tipo, tanto a nivel empresarial como personal y la complementación de servicios de restauración. Nos diferenciamos de ellos por disponer servicios de marketing online y producción audiovisual.

2.3.1. CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER:

- **AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES EN EL SECTOR**

El servicio de organización de servicios cada vez es más demandado, esto supone una alta amenaza de nuevos entrantes que tengan la idea de ofrecer también este servicio. Si a esto le sumamos la cantidad de competidores que ya tenemos, la situación puede suponer una barrera de entrada que frene la puesta en marcha de nuestro nuevo servicio.

- **RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES**

Como hemos mencionado anteriormente, agencias de marketing digital con planificación y organización de servicios hay pocas, pero existen muchas agencias de organización de eventos u hoteles que disponen de dicho servicio para crear el evento en su propio establecimiento, por lo que debemos de tener en cuenta que disponemos de competidores de diferentes sectores y debemos ajustarnos esta situación.

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES**

El poder de negociación de los clientes es alto, ya que disponen de mucha oferta del servicio de eventos y su coste de cambio es muy pequeño.

- **AMENAZAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTIVOS**

Con respecto al nuevo servicio que se quiere implementar, vemos que no existe ningún servicio claramente sustitutivo, nuestra amenaza principal sería la existencia de varios competidores de diferente sector, como hemos mencionado antes. Aunque, también tenemos constancia que un evento también puede ser planificado y organizado de manera individual sin necesidad de dirigirse a ningún intermediario.

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

Existe una gran cantidad de proveedores dedicados al alquiler del espacio, azafatas, camareros, catering y todo lo necesario para un evento. Su poder de negociación no es muy alto, puesto que disponen de precios preestablecidos y tenemos a nuestro poder la posibilidad de seleccionar lo que nos parezca más adecuado para satisfacer nuestras necesidades económicas y la otorgación de una mayor calidad a nuestros clientes. Por tanto, una de las soluciones es presionar a los diferentes proveedores en rebajar el precio.

3. VIABILIDAD COMERCIAL

La viabilidad comercial tiene como finalidad comprobar que un producto y/o servicio tenga posibilidades de venta y desarrollo en el mercado.

Para la planificación y organización de eventos nos encargamos de gestionar todo el proceso que este conlleva y nos ajustamos a todas las necesidades que el cliente desee. El cliente contará con nuestro equipo de asesoramiento personal, servicio integral y servicio postventa. Estará en contacto en todo momento con nosotros hasta que se restrinja el contrato.

En principio no usaremos redes de venta externas, ya que el servicio de organización de eventos es solo un servicio complementario al resto.

Dado que las necesidades de cada cliente son diferentes, el presupuesto que se paga por la organización de un evento varía. A continuación, se nombran los productos y servicios que se ofrecen antes, durante y después de un evento corporativo a la elección del cliente:

- Espacio
- Dispositivos audiovisuales
- Camareros
- Azafatas
- Guardaropa
- Personalización del espacio
- Servicios de Marketing Digital
- Diseño gráfico (carteles, roll ups, folletos, tarjetas de invitación)
- Servicios de imprenta
- Servicio post-venta

3.1. DISEÑO DEL SERVICIO

La empresa pondrá a disposición de los clientes los siguientes eventos corporativos:

- INAUGURACIONES

Este evento sirve la presentación de la marca de clientes que acaban de incorporarse al mercado y buscan potenciar su imagen de marca y atraer a clientes de interés en su zona de actuación.

- CONVENCIONES

Las convenciones son reuniones organizadas generalmente por una sola empresa. Están orientadas a la generación de negocio para el asistimiento de los miembros de la empresa o empresas organizadoras. Las finalidades de una convención suele ser la presentación de una marca o imagen corporativa, presentación de avances, estudios o innovaciones, motivación del personal de una compañía, etc.

- PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Este tipo de evento ayuda a potenciar la visibilidad de los productos y/o servicios en persona, a presentar sus características de manera detallada, aceptando cualquier duda o pregunta. Este tipo de presentaciones se suelen realizar antes del lanzamiento del producto y/o servicio en el mercado ante directivos, periodistas, empresas colaboradoras, etc., o después de su lanzamiento ante otro tipo de público, como clientes de interés.

- OTRO TIPO DE EVENTOS: cenas de empresa, aniversarios, congresos, etc.

Independientemente del tipo de evento que sea, se dispondrá del asesoramiento de agentes especializados en la planificación y organización de eventos para adaptarse a las exigencias de cada empresa, de tal manera que el evento corporativo sea totalmente personalizado por ella.

En la encuesta realizada a nuestros antiguos y actuales clientes, la mayor parte de ellos quieren dar a conocer su negocio y la presentación de sus productos y/o servicios y, como segundas opciones, la comunicación de últimas novedades y reunión con clientes para un aperitivo⁶.

3.1.1. VENTAJAS COMPETITIVAS PRESENTES Y FUTURAS

Contamos con la escasa cantidad de agencias de marketing de Zaragoza que disponen del servicio que queremos implantar. Usaremos estrategias de diferenciación para sacar ventajas competitivas y diferenciarnos del resto.

Nos diferenciaremos por ofrecer un servicio integral, una estrategia de comunicación con un mix entre el marketing tradicional y el marketing digital.

También queremos diferenciarnos en la personalización del evento al gusto y medida del cliente, adaptándonos a la imagen corporativa de su marca, ofreciéndoles la libertad de participar en el proceso de la organización del evento y cambiar hasta el detalle más pequeño. Esta es una ventaja que nuestros competidores no hacen referencia ni en la información de su empresa ni en su web corporativa, por lo tanto es un valor que nosotros queremos remarcar de nuestro nuevo servicio para diferenciarnos de ellos.

En conclusión, nuestra ventaja competitiva es jugar con la personalización y el mix del marketing online y offline, ofrecer un servicio integral. Queremos que los clientes se sientan únicos y que muestren el valor de exclusividad ante su público en todo momento.

3.1.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Como hemos mencionado en varias ocasiones, la planificación y organización de eventos se puede complementar con servicios que actualmente dispone la agencia:

- Audiovisual (grabación del evento)
- Campañas (potenciar la notoriedad de la marca con el evento)
- Redes sociales (aumentar la visibilidad de la marca con el evento)

⁶ Ver ANEXO 5. ENCUESTA ÓPTIMAWEB. RESPUESTA 6

- Diseño gráfico (personalización de carteles, banners, roll ups, folletos, tarjetas de invitación del evento)
- Posicionamiento (disposición de contenidos informativos del evento para aumentar el posicionamiento de la marca en los buscadores)

3.2. PLAN DE MARKETING

En el siguiente apartado detallaremos los canales de Marketing que utilizará ÓptimaWeb para poder conseguir sus objetivos. Somos una agencia de marketing, por lo tanto, usaremos herramientas digitales para alcanzar a nuestro público de interés.

Se llevará acabo un Plan de Marketing Estratégico para el 2020-2022. A continuación, se detallarán los objetivos que pretendemos conseguir junto a las plataformas y herramientas más adecuadas a utilizar para la consecución de los mismos.

- AUMENTAR LA NOTORIEDAD DE LA EMPRESA:

Aumentar el reconocimiento de ÓptimaWeb. Queremos potenciar la visibilidad de nuestra marca para alcanzar con mayor facilidad a nuestros clientes de interés.

Plataformas y herramientas que utilizaremos:

LinkedIn: Gestionaremos el perfil de empresa para aportar más visibilidad de la agencia y permitiendo que otros miembros de la red puedan obtener más información sobre la misma, las políticas de empresa, la gama de servicios e incluso hasta las vacantes laborales. Esta red permite mostrar de forma recurrente a todos los contactos que posea la agencia, las novedades y últimas noticias de ÓptimaWeb, potenciando la creación de imagen de marca.

Campañas de Display de Google: Aparición en las páginas webs relacionadas que visite el público objetivo en cada caso. De esta manera, el usuario que consulte una página de su interés que tenga relación con los servicios que ofrece la agencia, puede conocer a través de banners publicitarios.

Anuncios GIFS y HTML5: Son anuncios de imagen animados donde podemos plasmar nuestra marca.

Google My Business: Esta plataforma tiene como objetivo ayudar a que las empresas a incrementar su visibilidad en Internet. Ofrece información sobre la agencia y favorece la presencia online de la misma, sobre todo a nivel local, lo cual permite que los usuarios

que buscan los servicios sean capaces de encontrarlos fácilmente, pudiendo contactar con la fundación en la misma web.

- DAR A CONOCER EL NUEVO SERVICIO: “PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS”

Para dar a conocer nuestra nueva línea de servicio, debemos presentar la organización de eventos corporativos a nuestros clientes actuales y nuestros clientes potenciales. Debemos mostrar a nuestros clientes la finalidad del servicio integral y la nueva estrategia de comunicación que les ayudará a presentar mejor su marca y desarrollar el crecimiento de su negocio.

Herramientas a utilizar:

Publicidad en Facebook e Instagram Ads. Una vez definido el público objetivo de nuestra nueva línea de servicio, se configura diferentes campañas para llegar al público definido con los mensajes adecuados.

Publicidad en Google. A través de la publicidad de Display, se puede dar a conocer la agencia en páginas webs relevantes que visite nuestro público definido. A través de la publicidad de búsqueda en Google, los usuarios relevantes podrán encontrar la agencia buscando en Google los servicios que desean en un área geográfica concreta de forma satisfactoria.

Gestión de LinkedIn. Permite localizar y segmentar los públicos objetivos que sean interesantes en cada caso, pudiendo contactar de forma directa vía mensaje para presentar los servicios de la agencia o informar de novedades en la actividad de la misma.

Google My Business. Como hemos mencionado anteriormente, esta herramienta de Google no solo se limita a permitir la localización de la empresa en Google Maps, sino que da información más compleja y abarca un resumen de la actividad, dirección (Maps), teléfono, horarios, puntuación (estrellas), reseñas de usuarios, servicios ofrecidos, etc.

- MODERNIZACIÓN Y EVOLUCIÓN EMPRESARIAL CONSTANTE

Finalmente, nuestro último objetivo es mostrar al público actual existente que la agencia se encuentra en un constante proceso de crecimiento e innovación, se actualizará la página web de la agencia y se añadirá el nuevo servicio. Para ello, el mensaje se mandará a los usuarios que han interactuado con la agencia a través de varias plataformas como lo son:

A través de RRSS (Instagram, Facebook, LinkedIn...) Comunicado oficial en formato video y/o imagen de la presentación de la web con su nuevo servicio.

A través de WhatsApp. Difusión de mensaje a todos los contactos relevantes. Para ello, se necesita una BBDD con los números de teléfono.

A través de Email. Difusión de mensaje vía correo a todos los contactos relevantes a través de la técnica de Mailing. Para ello, necesitaremos disponer de una BBDD de correos electrónicos.

3.2.1. ESTIMACIÓN DE PRECIOS Y PREVISIÓN DE VENTAS

3.2.1.1. ESTIMACIÓN DE PRECIOS

Antes de detallar el precio de los materiales que nuestro cliente puede contratar para realizar su evento corporativo, queremos transmitir la fiabilidad y sencillez a la hora de realizar el pago de alta de nuestro servicio. En el contrato⁷ que el cliente firmará con ÓptimaWeb dispone de todos los materiales y servicios adicionales con sus respectivos precios, condiciones generales y un número de cuenta bancaria para realizar la transferencia del importe a pagar.

A continuación, detallamos el precio que deberá asumir el cliente según los materiales y servicios que necesite para su evento corporativo. Dado que cada cliente es diferente y que no todos necesitarán los mismos materiales y/o servicios para su evento corporativo, el importe final a pagar por cada uno será distinto.

Al ser una nueva línea de servicio, hemos fijado los precios basados en la competencia para evitar los costos de prueba y error del proceso de establecimiento de precios. Hemos tomado de referencia al Gran Hotel y Hotel Palafox, ya que el resto de las agencias no facilitan sus precios sus páginas webs corporativas.

ALQUILER DEL ESPACIO: 175€/hora

EQUIPO AUDIOVISUAL:

- Cañon + Pantalla: La proyección de presentaciones para el evento asciende a **200€**
- Sonido: Dispositivos de sonido transmitidos a través de los dos altavoces valorados en **220€**

⁷ Ver ANEXO 6. CONTRATO

- Micrófono: Dos micrófonos para el presentador del evento valorado en **45€**
- Ordenador: Disposición del uso de un ordenador portátil para el usuario en su evento por **80€**
- Técnico: Personal urgente para la reparación de cualquier avería de los dispositivos audiovisuales a **40€**
- Wi-Fi: Gratuito en la sala a disposición de los usuarios
- Línea exclusiva de Wi-Fi: Línea de conexión a internet sólo para el usuario del evento por **100€**
- Fotografía profesional. Contratación de fotógrafo para las fotografías del evento por **200€**
- Servicio multimedia: Grabación del evento por un especialista por **300€**

SERVICIO RESTAURACIÓN

Servicio de catering para aquellos clientes que decidan ofrecer un aperitivo a sus invitados. Coffe de bienvenida 7€/persona y un Cocktail comida por 33€/persona.

SERVICIO DISEÑO GRÁFICO + IMPRENTA

Nos encargamos del diseño gráfico de carteles, flyers, tarjetas de invitación y carpetas a la medida y gusto del cliente; respetando los colores corporativos de su marca, los objetivos del evento y el mensaje que quiere transmitir. Nos encargamos tanto del formato de impresión como de contratar el servicio de imprenta para adquirir el producto en mano y post-entrega al usuario y sus invitados

- Cartel 600€ (5 carteles)
- Flyer: 600€ (200 flyers)
- Tarjetas de invitación: 400€ (200 tarjetas)
- Carpetas: 600€ (200 carpetas)

SERVICIO ONLINE: PUBLICIDAD

Este servicio se ofrece antes y después del evento como objetivo de difundir la celebración del mismo, dar visibilidad al negocio, posicionamiento, etc.

- Campañas SEM Y ADWORDS: 200€/campana
- Publicidad y promoción RRSS: 200/mes

Después de haber detallado el precio de cada material y servicio que el cliente puede contratar para su evento, hemos pasado a realizar unos cálculos del importe aproximado que el cliente pagaría en diferentes situaciones para poder estimar nuestros ingresos.

Tabla 2. Importe a pagar

IMPORTE MÍNIMO A PAGAR		IMPORTE MEDIO A PAGAR		IMPORTE MÁXIMO A PAGAR	
AUDIOVISUAL	465,00 €	AUDIOVISUAL	150,00 €	AUDIOVISUAL	1.185,00 €
DISEÑO GRÁFICO	600,00 €	DISEÑO GRÁFICO	600,00 €	DISEÑO GRÁFICO	2.200,00 €
PUBLICIDAD		PUBLICIDAD	200,00 €	PUBLICIDAD	400,00 €
TOTAL	1.065,00 €	TOTAL	950,00 €	TOTAL	3.785,00 €
Nº MIN HORAS	1	Nº MAX HORAS	2,5	Nº MAX HORAS	5
PRECIO MIN	175,00 €	PRECIO MEDIO	437,50 €	PRECIO MÁX	875,00 €
RESTAURACIÓN		RESTAURACIÓN	20€/ persona	RESTAURACIÓN	40€/persona
Nº MIN DE INVITADOS	50	Nº MAX DE INVITADOS	100	Nº MAX DE INVITADOS	200
PRECIO MIN		PRECIO MEDIO	2.000,00 €	PRECIO MÁX	8.000,00 €
TOTAL	1.240,00 €		3.387,50 €		12.660,00 €

Elaboración propia

Importe mínimo a pagar: Para todo tipo de evento corporativo es necesario la disposición de un proyector y una pantalla, un sistema de sonido, un micrófono y un cartel informativo del evento. Estos materiales suman 1.065€.

El precio de alquiler del espacio por hora asciende a 175€. Supongamos que se alquila es establecimiento 1 hora para un evento de 50 invitados con los materiales básicos para un evento corporativo, sin necesidad de contratar servicio de restauración ni realizar publicidad y promoción para el pre-evento y post-evento. Es importe mínimo ascendería a **1.240€**.

Importe medio: La media que se pagaría por los materiales audiovisuales, el servicio de diseño y publicidad ascienden a 950€. El tiempo medio del evento es de dos horas y media, que asciende a un importe por alquiler de 437,5€. Para el servicio de restauración, se pagará un importe medio de 20€ por persona, y siendo que la capacidad máxima del establecimiento es para 200 invitados, el número medio de invitados será 100, ascendiendo a un importe por servicio de restauración de 2.000€ en total. El importe medio total a pagar será de **3.387,50€**.

Importe máximo a pagar: Si el cliente pasa a contratar todos los materiales y servicios que ofrecemos, con la invitación máxima de 200 personas y el alquiler del establecimiento para el evento por cinco horas, el importe total a pagar asciende a **12.660€**.

3.2.1.2. PREVISIÓN DE VENTAS

Para la previsión de ventas, hemos fijado dos variables que pueden ser claves para el cálculo de la previsión de ingresos de nuestro nuevo servicio: número de eventos y fecha para un evento.

- Número de eventos: Según el estudio que hizo EuropaPress en noviembre del año 2016, el número medio de eventos al año por compañía asciende a un total de 126, siendo este el escenario más optimista.
- Fechas para un evento: El número de eventos decrece en los meses de verano y las fechas navideñas por el periodo vacacional. Según EV-Eventos, los meses más demandados para realizar un evento corporativo son febrero, marzo, abril, septiembre y octubre. Con esta información, estimamos el número de eventos que ofreceremos según los meses del año.

A continuación, hemos creado tres escenarios (optimista, neutro y pesimista) para determinar aproximadamente el número de eventos que ofreceremos durante un año.

Tabla 3. Escenario anual

ESCENARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3, 4 Y 5
OPTIMISTA	60	80	100
NEUTRO	33	53	60
PESIMISTA	10	20	30

Elaboración propia

El escenario “Neutro” es el más realista. Para el primer año, hemos determinado una media ponderada de 33 eventos anuales ya que consideramos que, al ser un nuevo servicio en la agencia, sería difícil alcanzar una alta demanda. Para el año 2, el número de eventos en el escenario neutro crecerá un 60%, gracias a la inversión en promoción y publicidad que hará la empresa, alcanzando una cifra de 53 eventos anuales y, para los años 3, 4 y 5, el número de eventos crecerá alcanzando unas cifras iguales o similares a 60.

Para conocer mejor la baja demanda de eventos del primer año en el escenario realista, a continuación, presentamos la previsión de eventos de forma mensual, de esta manera también podemos observar cuáles serían los meses más demandados por los clientes.

Tabla 4. Escenario mensual

ESCENARIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
OPTIMISTA	2	6	4	6	4	2	2	1	8	8	12	5	60
EVENTOS	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	33
PESIMISTA	0	0	1	2	2	0	0	0	1	2	1	1	10

Elaboración propia

4. VIABILIDAD TÉCNICA

4.1. LOCALIZACIÓN

La agencia de marketing digital se sitúa en la C/San Miguel nº 5, CP: 50001, Zaragoza y el espacio donde realizaremos los eventos para nuestros clientes se ubica en la C/Cesar Augusto nº 59, CP: 50003, Zaragoza.

La ventaja de ambos establecimientos es que se ubican en el centro de la ciudad. Están en una zona muy bien comunicada y rodeada de empresas, tanto grandes, medianas como pequeñas. Esto nos beneficia para aumentar la visibilidad de nuestra marca y facilita a los clientes en estar a pocos pasos de conocernos. Además, el espacio que hemos escogido para los eventos corporativos de nuestros clientes se encuentra a solo 10 minutos a pie de nuestra oficina, eso nos ahorra tiempo en el proceso de organización y planificación del servicio.

4.2. DIMENSIÓN DEL NEGOCIO

En cuanto a las características de la oficina, es necesario indicar que no es un establecimiento habitado a pie de calle, sino que es una oficina habitada en un piso; el piso es 1º derecha.

La imagen que presenta de cara al cliente es sencilla y atractiva, con colores blancos y con detalles rojos y negros; ambos son los colores corporativos de la empresa. Desde la agencia tendríamos todas las reuniones con el cliente para escuchar su propuesta y sus objetivos y, posteriormente, poner en marcha el proyecto.

Respecto al espacio del evento, habría que hacer reformas ya que el establecimiento está algo antiguo. El establecimiento era una sala baile insonorizada, pero la cerraron en 2018. El espacio tiene 250m², y dispone de sala principal, aseos y un pequeño almacén.

4.3. PROCESO PRODUCTIVO

Para la elaboración del proyecto, necesitamos un espacio grande-mediano y debemos adquirir una serie de materiales para poner en funcionamiento el evento corporativo del cliente.

- **Espacio:** El espacio que alquilaremos para ofrecerles a nuestros clientes su evento corporativo se ubica en la C/Cesar Augusto 59. Es un local insonorizado con 250m². Dispone de una sala principal, aseos y un almacén. Nos lo alquila el

excompañero de nuestro director de proyectos y el coste del alquiler son 700€ mensuales

- **Depósitos y fianzas:** ascienden a 1.400€, que corresponde a dos meses de alquiler.

4.3.1. INVERSIONES INICIALES

- **Equipos audiovisuales:** En M.S. Audiovisual podremos adquirir la pantalla/proyector, un cañón, dos micrófonos y dos altavoces para la parte del escenario, encima de nuestra tarima. El presupuesto total de estos equipos audiovisuales para nuestro proyecto asciende a 5.340€
- **Aplicaciones informáticas:** Necesitaremos contratar el paquete Office para disponer de las plataformas necesarias como Word, Excel, PowerPoint, etc., para cálculos, elaboración de documentos, presentaciones, entre otros. Su adquisición es de 299€ en Microsoft Store. Además, también necesitaremos las plataformas Photoshop e Illustrator para editar y montar imágenes y vídeos que realicemos para cada evento y su posterior publicación en plataformas online. Estas plataformas ascienden a 24,19€ cada una al mes, es decir, un total de 580,59€ al año en conjunto.
- **Reformas:** Es necesario darle unas capas de pintura al establecimiento, habíamos pensado en blanco para que así pueda pegar con los colores corporativas de las empresas a las que les vayamos a realizar el evento. También hemos decidido a cambiar el suelo y reformar los aseos. La idea es dar una imagen sencilla y atractiva. Contamos con la ayuda de Soluciones Espacio & Forma para la realización de este trabajo. El precio total de la reforma asciende a **3.789€**.
- **Mobiliario:** Adquisición de 8 mesas altas y redondas para el evento que se contrate con cocktail, 4 mesas alargadas de unos 190x80 cm para aperitivos, 200 sillas de sala para los invitados y 2 percheros para las prendas de los mismos. Conseguiremos el mobiliario en Leroy Merlin por un importe total de 4.120€
- **Equipamiento informático:** Necesitaremos un ordenador portátil para trabajar y un teléfono móvil, conseguido en Fnac a un importe de 1.120€
- **Instalaciones eléctricas:** Contrataremos a DPV para la instalación de los focos del escenario y las luces del establecimiento, con un presupuesto que asciende a 900€.

4.3.2. GASTOS GENERALES

- **Suministros:** Contratamos con la luz con Endesa, incluyendo así la calefacción y el aire, con un importe de 500€ al mes. El agua con el Ayuntamiento de Zaragoza por un importe de 66,5€ cada 3 meses. Finalmente, la red telefónica y de internet con Movistar, con un importe de 45€ al mes. En total un importe aproximado de 611,5€ al mes.
- **Primas de seguros:** Se contrata un seguro de riesgo con GESeguros que cubre los riesgos que puedan sufrir tanto los trabajadores como los asistentes al establecimiento donde se celebra el evento en caso de accidente, ascendiendo a un importe de 35€ al mes.
- **Publicidad y promoción:** Se invertirá como máximo 30€ al mes por la publicidad y promoción en las RRSS y campañas SEM para promocionar nuestro nuevo servicio. El importe invertido variará según el periodo en el que nos encontremos, ya que el servicio es demandado dependiendo del mes del año en el que nos encontremos.
- **Servicios bancarios y similares:** Correspondientes a comisiones por transferencias, gastos de cuentas, mantenimiento de tarjetas, y el importe de cada gestión varía en función de la entidad con la que trabajas.

4.3.3. IMPORTE DE CONSUMO

- **Servicio de imprenta:** Aunque nos encarguemos del diseño gráfico de carteles, folletos y tarjetas de invitación, necesitaremos servicios de imprenta para la impresión de estos. Asumiremos los costes por impresión para posteriormente entregarlo a manos del cliente. El importe máximo por la impresión de un cartel asciende a 15€ cada uno, tamaño A2. La impresión de un pack de 50 folletos asciende a 25€ y el mismo precio tienen las tarjetas de invitación. Para el servicio de imprenta contaremos con la ayuda de Ferysu.
- **Servicio de restauración:** Desde Entretenemos contrataremos a las azafatas y camareros necesarios para el evento corporativo. Dependiendo del tipo de evento que se necesite, variará el número de personal contratado. Los precios son los siguientes: Azafatas: 20€/hora; Camareros: 12€/hora
- **Materiales de decoración:** Asunción Navarro, la directora de nuestro nuevo servicio y el personal al mando de este proyecto, se encargará de la decoración y diseño de los eventos. Como decoración necesitaremos materiales como

cartulinas, velas, macetas, flores, etc., materiales llamativos para crear ambiente. En DecoNet obtenemos un pack de materiales (50 cartulinas, 10 macetas, 20 velas y 5 ramos de margaritas) que ascienden a un importe de 120€.

5. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA

5.1. ASPECTOS FORMALES

Para empezar, debemos de tener en cuenta las bases legales para alquilar un espacio para eventos, que estas se rigen por la Ley de Espectáculos Públicos. Estas leyes se desarrollan de manera independiente en cada autonomía, pero es marco legislativo estatal en la que se tienen que basar está conformado por las siguientes leyes:

- Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana
- Real Decreto 393/2007, de 23 de marzo, o Norma Básica de Autoprotección de los centros, establecimientos y dependencias dedicados a actividades que puedan dar origen a situaciones de emergencia
- Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, o Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas

Posteriormente, para la puesta en marcha de nuestro proyecto, necesitaremos conseguir la licencia de actividad del espacio otorgada por el Ayuntamiento. Este debe venir a medir las dimensiones, visualizar las características del espacio (según las normas de seguridad, sanitarias, barreras arquitectónicas y sectoriales) y la situación (según normativas urbanísticas, para evitar molestas a vecinos, por ejemplo).

Tras tener claro qué tipo de evento queremos realizar, que en este caso será corporativo para empresas, necesitaremos la licencia municipal que otorga el Ayuntamiento. De la misma manera, debemos asumir la responsabilidad del ruido que causa la actividad y la seguridad de los asistentes.

Como hemos mencionado anteriormente en la viabilidad técnica, hemos contratado el seguro del local con la compañía GES, que cubre coberturas de robo, incendio, accidente, responsabilidad civil, etc. El espacio que alquilamos está insonorizado por el propietario del local, por lo que únicamente debemos presentar al Ayuntamiento el certificado de insonorización para garantizar que la actividad no afectará a la comunidad de vecinos por el ruido que ocasione.

El arrendador del establecimiento nos explicará las condiciones del contrato de arrendamiento del local de negocio. El alquiler del establecimiento asciende a 700€ mensuales, el contrato tiene una duración de 10 años desde el momento que se firma, el incumplimiento por impago de 3 meses de alquiler da derecho al arrendatario a rescindir el contrato. Se depositará 1.400€ de fianza ante el Organismo competente de la Comunidad Autónoma donde radica el inmueble objeto de arrendamiento. Este importe se nos devolverá al finalizar el arrendamiento si no hubiera causa legal para su retención.

Por otro lado, necesitamos contratar a un nuevo personal especializado en la planificación y organización de eventos para que sea director de nuestro nuevo servicio. Se deberá comunicar el alta en el Régimen de la Seguridad Social, hasta 60 días naturales anteriores al inicio de la relación laboral. La cuota que debemos pagar en la SS por el contrato del trabajador parcial de 8 horas diarias asciende a 370€ mensuales, y su salario será de 9€/hora.

5.2. ORGANIZACIÓN

En este apartado se detallará el personal de la agencia, los socios y trabajadores de la empresa con las funciones que realizarán cada uno para comprender mejor sus cargos en el nuevo servicio que se implantará.

5.2.1. PRESENTACIÓN DEL PERSONAL ACTUALMENTE CONTRATADO

A continuación, os presentamos los empleados que actualmente están trabajando en la agencia de marketing digital ÓptimaWeb. Se detallarán sus labores en la empresa, la forma en la que se va a repartir sus horas de trabajo para compaginarlo con las gestiones necesarias para nuestra nueva línea de servicio y su salario mensual.

Natalia Benedí es experta en audiovisual y diseño gráfico, se encargará de la grabación y producción de los eventos. Además de ello, es especialista en el diseño de carteles, roll ups, folletos, etc, ideal para los eventos. Trabaja 5 horas diarias, cobrando 6€ la hora. Distribuirá 2 horas al día en la edición de imágenes y vídeos de los eventos audiovisuales, y el resto de horas seguirá realizando las mismas labores hasta ahora, branding, diseño gráfico en tarjetas de presentación, carpetas y diseño de post.

Ángela García es la encargada de gestionar las redes sociales de las empresas y la creación de campañas publicitarias. Trabaja 8 horas diarias, cobrando 8€ la hora. Distribuirá 3 horas al día en el proceso de organización de eventos, para difundir la

información del evento al público de interés, de hacer publicidad online en las redes sociales, de campañas SEM, etc. El resto de horas seguirá con sus labores para las empresas que solamente hayan contratado con la agencia gestión de rrss y campañas SEM.

María Usón está especializada en el diseño web, se encarga de la gestión páginas webs de los clientes y su posicionamiento. Trabaja 8 horas diaras, cobrando 8€ la hora. Invertirá 2 horas diaras en la publicación de vídeos y fotos en las páginas webs de los clientes, revisando el peso del contenido y la manera de posicionar la marca con el contenido del evento. El resto de horas seguirá realizando sus tareas de gestión de páginas webs y SEO.

Yolanda García se encarga de la administración; gestión de facturas, documentos, llamadas telefónicas a los clientes, etc. Trabaja 8 horas diarias, cobrando 8€ la hora. Seguirá realizando las mismas tareas tanto para los clientes que contraten nuestro nuevo servicio como para los que no. Su labor es encargarse de las citaciones de los clientes, gestión de facturas y documentos, etc.

5.2.2. PERSONAL CONTRATADO PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Finalmente, presentamos a Asunción Navarro. Asunción Navarro tiene experiencia como directora de marketing del HOTEL PALAFOX y se encargaba de la organización de eventos en el mismo. Es importante remarcar que contamos con una persona muy cualificada y con gran experiencia en el servicio, con la que trabajaremos para poner en marcha nuestra idea y la gestión de todo el proceso que conlleva la organización de eventos. Su horario es de 8 horas diarias, 10€ la hora. Será la directora de este nuevo servicio y la que se encargue de toda la tarea principal que este requiera, como el desplazamiento al espacio para el diseño y decorado, la contratación de los servicios de restauración y personal de ayuda, la planificación y organización del evento según los objetivos del cliente, etc.

Estas empleadas disponen de un contrato de trabajo a tiempo parcial. Para cada una de ellas procedemos a hacer un ingreso de 370€ mensuales al Régimen de la Seguridad Social por estar dadas de alta como empleadas en la SS y por sus horas contratadas. Sin embargo, Natalia Benedí dispone de un contrato de prácticas, por lo que su cuota a pagar por estar dada de alta en la Seguridad Social como empleada de prácticas es más

económico, ascendiendo a 130€ al mes. Dadas las horas que dedican al servicio de organización de eventos al mes, el total que debemos pagar por la Seguridad Social por trabajadores en nuestro nuevo servicio asciende a 792€.

Tabla 5. Salario y SS. Trabajadores

SUELDOS Y SALARIOS TRABAJADORES	SALARIO/HORA	HORAS/DÍA EVENTOS	SALARIO/DÍA	SALARIO/MES	SALARIO ANUAL
Natalia Benedí	6,00 €	2	12,00 €	276,00 €	3.312,00 €
Ángela García	8,00 €	3	24,00 €	552,00 €	6.624,00 €
María Usón	8,00 €	2	16,00 €	368,00 €	4.416,00 €
Yolanda García	8,00 €	3	24,00 €	552,00 €	6.624,00 €
Asunción Navarrio	9,00 €	8	72,00 €	1.656,00 €	19.872,00 €
TOTAL			148,00 €	3.404,00 €	40.848,00 €

SEGURIDAD SOCIAL TRABAJADORES	HORAS DE CONTRATO	SS	SS EVENTO/MES	SS EVENTO/AÑO
Natalia Benedí	5	130,00 €	52,00 €	624,00 €
Ángela García	8	370,00 €	138,75 €	1.665,00 €
María Usón	8	370,00 €	92,50 €	1.110,00 €
Yolanda García	8	370,00 €	138,75 €	1.665,00 €
Asunción Navarrio	8	370,00 €	370,00 €	4.440,00 €
TOTAL			792,00 €	9.504,00 €

Elaboración propia

5.2.3. SOCIOS DE ÓPTIMAWEB

Los directores para la puesta en marcha del nuevo servicio son **Javier Marco**, CEO de ÓptimaWeb, y **Javier Luna**, director de proyectos. Son los gerentes de la agencia y los que montaron la agencia en el año 2015. Estos son autónomos y su alta como autónomo en el Régimen de la Seguridad Social asciende a pagar un importe total de 290€ al mes, imputando en el nuevo servicio para la SS un importe de 120€ cada uno. Estos socios obtendrán un 20% de los ingresos por las ventas del nuevo servicio, quedando así el resto para asumir los gastos de la actividad.

Tabla 6. Salario y SS. Socios

SUELDOS Y SALARIOS EMPRENDEDORES	% ingresos por ventas
Javier Marco	20,00%
Javier Luna	20,00%

SEGURIDAD SOCIAL SOCIOS	SS	SS EVENTO/MES	SS EVENTO/AÑO
Javier Marco	290,00 €	120,00 €	1.440,00 €
Javier Luna	290,00 €	120,00 €	1.440,00 €

Elaboración propia

6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

En este apartado procedemos a evaluar la evolución económica y financiera de nuestro servicio. Para ello hace falta realizar cálculos y análisis que toman la contabilidad como punto de partida.

A continuación, vamos a obtener toda la información de carácter económico-financiero referente al nuevo servicio para poder validar su viabilidad económica.

6.1. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL

Las inversiones mostradas en este apartado representan el inmovilizado intangible, material y financiero que necesitaremos para poner en marcha nuestro nuevo servicio. La fianza que depositaremos en el inicio de la actividad corresponde a ser el importe de dos meses de alquiler que nos será devuelto el día que rescindamos el contrato con el propietario del local si no existen motivos de retención del importe. Necesitaremos un importe total de **17.249,59€** para la inversión inicial, y esta cantidad será financiada por los socios, Javier Marco y Javier Luna, con los beneficios que se han obtenido hasta ahora por los servicios de marketing online digital en ÓptimaWeb.

Tabla 7. Inversiones iniciales

INVERSIÓN INICIAL	17.249,59 €
Inmovilizado Intangible	580,59 €
Aplicaciones informáticas	580,59 €
Inmovilizado Material	15.269,00 €
Equipos audiovisuales	5.340,00 €
Reformas	3.789,00 €
Mobiliario	4.120,00 €
Equipamiento informático	1.120,00 €
Instalaciones eléctricas	900,00 €
Inmovilizado Financiero	1.400,00 €
Depósitos y fianzas	1.400,00 €

Elaboración propia

6.2. VENTAS/CONSUMOS

Como hemos mencionado anteriormente, se prevé una cantidad de 33 eventos en total en el escenario realista para el primer año, siendo noviembre el mes más demandado y los meses de julio y agosto los que menos por las vacaciones de verano y el clima. Obtenemos un ingreso total por ventas de **106.740€** y un gasto en los costes de ventas de **14.182€**

Gráfica 1. Número de eventos (primer año)



Elaboración propia

Para conocer de manera más detallada las partidas de ingresos y cobros mensuales de nuestro primer año, ver ANEXO 7. INGRESOS Y COBROS

En los próximos 4 años, la demanda de eventos va creciendo continuamente. Esto puede ser gracias al aumento de la visibilidad del servicio con las estrategias de marketing que desarrolla la empresa. En la siguiente gráfica, podemos observar la curva de crecimiento de la demanda de los eventos corporativos de manera anual.

Gráfica 2. Número de eventos (5 primeros años)



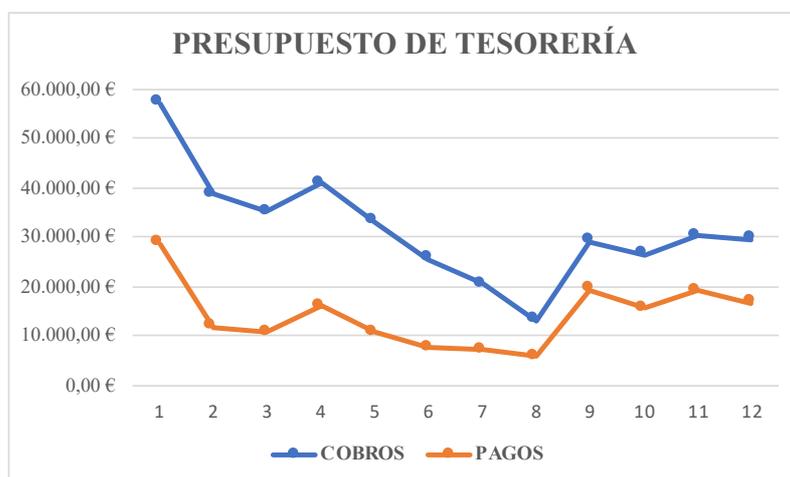
Elaboración propia

6.3. PRESUPUESTO DE TESORERÍA

Para empezar, mostraremos el presupuesto de tesorería del primer año donde detallaremos la previsión de los cobros y pagos que tendrá la empresa de manera mensual. En la parte de cobros se reflejan principalmente las ventas realizadas por la empresa y otros apartados como el capital social que asciende a **3.005,60€**, la aportación de los socios que asciende a **46.994,40€**, los saldos de los ejercicios anteriores (consultar el ANEXO 8. para ver la variación del importe), etc. Entre los pagos de mayor peso, destacan el importe de la inversión inicial (17249,59€), las compras de material realizadas para llevar a cabo el proceso de la organización de eventos (importe medio de 1.181,83€ al mes) y los gastos generales soportados cada mes (gastos de explotación, gastos socios y gastos de personal contratado).

En la siguiente gráfica, mostramos la variación del presupuesto de tesorería durante los meses del primer año. Era de prever que en los primeros meses íbamos a tener un saldo de tesorería decreciente, teniendo en cuenta los gastos a los que nos enfrentamos, aunque es relevante destacar que nuestro importe de tesorería va aumentando a partir del mes de septiembre, y todo gracias a que ese mes obtenemos grandes cantidades de ingresos por la alta demanda de actividad tras el peor mes del año, el mes de agosto.

Gráfica 3. Presupuesto de tesorería mensual

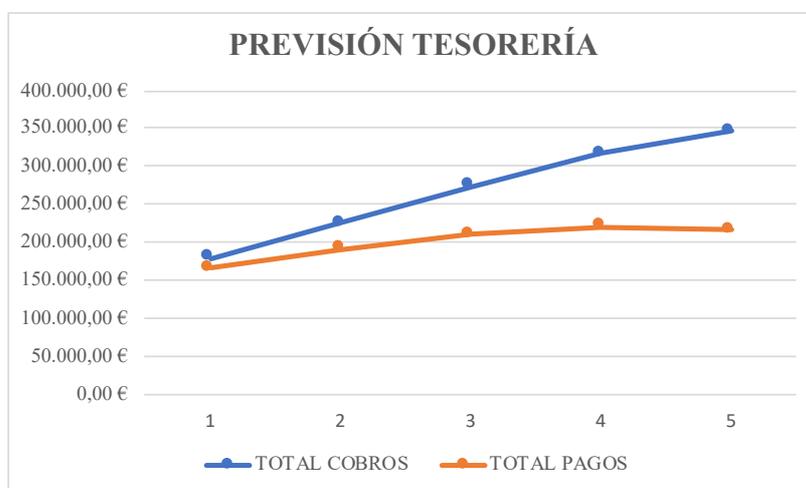


Elaboración propia

A continuación, mostramos una gráfica para hacernos la idea de la evolución del importe de tesorería de nuestra empresa de los 5 primeros años de actividad. Como hemos mencionado anteriormente, a partir del mes de septiembre del primer año, el saldo de

tesorería tiene una evolución creciente y, por como podemos observar en la siguiente gráfica, sigue siendo así en sus próximos cuatro años de actividad.

Gráfica 4. Presupuesto tesorería anual



Elaboración propia

Hay que destacar que el nuevo servicio es cada vez más demandado con el paso del tiempo, probablemente por el aumento de su reconocimiento, por ello la curva de cobros crece más que la curva de pagos.

Para encontrar partidas más detalladas podemos observar el ANEXO 9. CUENTA DE TESORERÍA.

6.4. BALANCE DE SITUACIÓN

El balance de situación detalla contablemente la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado. Está estructurado en Activo, Pasivo y Patrimonio Neta. En el balance se reflejan todos los bienes, derechos, obligaciones y capital de la empresa.

En el ANEXO 10. podemos encontrar el balance de situación mensual de nuestro primer año de actividad. El Activo No Corriente está compuesto por la inversión inicial de inmovilizados que adquirimos, descontando la amortización correspondiente⁸. El importe de este apartado no varía en los siguientes ejercicios debido a que no realizamos inversiones posteriores y que la amortización es lineal, en cambio nuestro Activo Corriente está formado por el importe de tesorería que sí varía.

⁸ Ver ANEXO 11. AMORTIZACIÓN INMOVILIZADO

El PN está formado por el Capital Social y por la aportación de socios, sumado al resultado del ejercicio de ese ejercicio y la compensación de este con el resultado del ejercicio anterior.

Nuestro Pasivo estará formado por las Deudas a l/p con entidades de cdto, cuyo importe es 0€ ya que no hemos pedido ningún préstamo para esta actividad y el Impuesto de Sociedades del 25%.

Como se puede observar durante los primeros meses, los valores de nuestro balance decrecen debido a las pérdidas que sufre la empresa, pero gracias al mes de septiembre se consigue frenar las pérdidas con el aumento de ingresos de actividad.

Finalmente, en el ANEXO 12. podemos observar que en los próximos 4 años, la empresa va aumentando cada vez más su valor en importes positivos gracias al incremento del beneficio por actividad.

6.5. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La cuenta de pérdidas y ganancias refleja el beneficio neto que obtenemos en un tiempo determinado, es decir, la cantidad de dinero que dispone la empresa tras haber hecho frente a sus obligaciones. En el primer año, el margen bruto de los meses del primer año de nuestra actividad es de valor positivo, esto quiere decir que el importe que obtenemos por ventas es superior a los costes que asumimos por ventas. Pero tras hacer frente a los gastos de explotación, los gastos por el personal contratado, los gastos de emprendedores, la deducción de las amortizaciones, gastos financieros e impuestos de sociedades, los beneficios que obtenemos en el primer año de nuestra actividad, el valor es negativo. Esto se debe a la poca demanda que tiene el nuevo servicio y al alto coste que debemos pagar para hacer frente a nuestras obligaciones. Se puede apreciar los detalles de las partidas del año 1 en el ANEXO 13. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (AÑO 1).

Era de prever que tendríamos perdidas el primer año, dado que la actividad realizada es un nuevo servicio en nuestra empresa, pero con el paso del tiempo los beneficios de la empresa aumentan con valores muy positivos y esto nos demuestra el buen funcionamiento que tiene. Véase el ANEXO 14. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ANUAL.

6.6. RENTABILIDADES Y RATIOS FINANCIEROS

La rentabilidad económica (ROI) mide la capacidad que tienen los activos de una empresa para generar beneficios, sin tener en cuenta cómo han sido financiados.

Como podemos observar, la rentabilidad económica de los cinco primeros ejercicios es mayor de cero excepto el primero año, esto quiere decir que el beneficio obtenido ha sido de importe positivo excepto el primer año. La rotación de activos va en descenso ya que el crecimiento del activo es menor que el crecimiento de las ventas, por lo que la relación entre ambas se reduce con el paso del tiempo. Esta situación es contraria en el margen de las ventas, el beneficio antes de impuestos aumenta más rápido que las ventas, por ello la relación decrece. La empresa puede intentar ahorrar en los costes de ventas, para así aumentar el margen de beneficio, o puede bajar el precio del servicio, de forma que aumenten de demanda de ventas.

Tabla 8. Rentabilidad económica

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROTACIÓN ACTIVOS (RA)	Ventas/A	3,91	3,89	2,79	2,05	1,56
MARGEN DE VENTAS (MV)	BAIT/Ventas	-0,21	0,14	0,18	0,20	0,19
RENTABILIDAD ECONÓMICA	RA*MV	-0,83	0,53	0,49	0,41	0,30

Elaboración propia

La rentabilidad financiera (ROE) mide el rendimiento que se obtiene a consecuencia de realizar inversiones.

Lo visto en la rentabilidad económica, también pasa en la rentabilidad financiera, la ratio del primer año es negativo y el resto de los años es positivo. Del mismo modo, ésta va disminuyendo a lo largo de los años. Que el apalancamiento sea positivo quiere decir que la empresa no está endeudada.

Los indicadores detallados significan el beneficio que obtenemos por cada euro invertido. Los datos disminuyen cada año, y esto se debe a que el neto patrimonial aumenta en mayor proporción que el beneficio neto.

Tabla 9. Rentabilidad financiera

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROTACIÓN DE ACTIVOS (RA)	Ventas/A	3,91	3,89	2,79	2,05	1,56
MARGEN DE VENTAS (MV)	BAIT/Ventas	-0,21	0,14	0,18	0,20	0,19
Apalanc. Financiero (AF)	(A/PN)*(BAI/BAII)	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
EFFECTO FISCAL (EF)	Res. Ejercicio/BAI	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75
RENTABILIDAD FINANCIERA	RA*MV*AF*EF	-0,83	0,40	0,37	0,31	0,22

Elaboración propia

Finalmente, exponemos el plazo de recuperación de nuestras inversiones iniciales valoradas en **17.249,59€**. Por lo que podemos observar en la siguiente tabla, para el primer año aun no nos veremos capacitados para recuperar ese importe invertido por una diferencia de 4.309,98€, pero podremos recuperarlo en el segundo año

Tabla 10. PayBack

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	SALDO TESORERÍA	DIFERENCIA
0	17.249,59 €		-17.249,59 €
1		12.939,61 €	-4.309,98 €
2		33.661,86 €	29.351,88 €
3		62.582,52 €	
4		96.892,75 €	
5		129.247,73 €	

Elaboración propia

7. VALORACIÓN DE RIESGO

Antes de poner en marcha nuestra nueva línea de servicio, debemos conocer los riesgos a los que nos vamos a enfrentar, estar preparado a las posibles consecuencias y conocer las medidas correctoras que debemos aplicar para seguir en adelante con nuestro negocio en el mercado.

Tras haber hecho un análisis completo acerca de todos los factores que pueden afectar a nuestro negocio y la puesta en marcha del mismo, cabe destacar una serie de riesgos que debemos tener en cuenta.

- **COVID-19.** Las nuevas normas de distanciamiento social por la crisis sanitaria del coronavirus hacen que no sepamos con exactitud cuándo podríamos poner en marcha nuestro nuevo servicio. Sin presencia física, no es posible realizar la actividad. Por lo que debemos tener paciencia y evaluar si iniciar nuestra nueva línea de servicio cuando el gobierno deje realizar este tipo de actividad con ciertas restricciones, como por ejemplo el límite de aforo, o esperar un tiempo hasta que todo vuelva a la normalidad para no correr riesgos.
- **Riesgos legales.** En principio, los aspectos legales que debemos cumplir para el inicio de nuestra actividad son los que están reflejados en la estructura legal y organizativa del trabajo, pero podrían aparecer cambios normativos que afecten a nuestra actividad. Por ello, tendremos que adaptarnos a estos cambios y recursos monetarios para hacer frente a las tasas e impuestos que se deberían pagar nuevos.
- **Riesgo clima laboral.** En la estructura organizativa del trabajo, detallamos la manera en la que se van a repartir las tareas de marketing online y las tareas del nuevo

servicio. La empresa corre el riesgo de que los empleados no estén contentos con la organización de las tareas. Por ello la empresa debe velar por un buen clima laboral y satisfactorio, que exista una comunicación directa y fluida para conseguir asegurar siempre el desempeño de la actividad.

- **Riesgo de entrada de nuevos competidores.** Debido a la alta demanda de los eventos corporativos, contemplamos la posibilidad de que otras agencias quieran entrar en este negocio para ofrecer como nosotros un servicio integral. Por ello, debemos aumentar la visibilidad de nuestro nuevo servicio, posicionarnos en la mente del consumidor y ganarnos la confianza de los clientes por el buen servicio y la calidad.

8. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Tras la elaboración de un análisis en profundidad de nuestra nueva línea de servicio para la agencia de marketing digital ÓPTIMAWEB, las principales conclusiones a las que hemos llegado se presentan a continuación.

Como hemos comentado en varias ocasiones, la implantación del nuevo servicio “Planificación y organización de eventos corporativos” viene con la finalidad de proporcionar a las empresas la oportunidad de presentar su marca, producto y/o servicio a su público de interés con las estratégicas de comunicación que aporta un evento corporativo. Esta estrategia hace que la marca pueda tener una relación directa con los participantes, por ello cada vez son más las empresas que realizan eventos corporativos.

Nos centraremos en empresas del sector servicios y ofrecemos todo tipo de eventos corporativos que existen, como inauguraciones, convenciones, presentación de productos y/o servicios, entre otros., con precios muy parecidos o inferiores a nuestra competencia. Ofrecemos dentro de la organización de eventos, servicios audiovisuales, servicios de restauración y, lo más importante que hace que el cliente disponga de un servicio integral con ÓptimaWeb, servicios de marketing digital, como el diseño gráfico y campañas de publicidad. Los precios del nuevo servicio se han establecido basándose en los precios de la competencia, para evitar los costos de prueba y error del proceso de establecimiento de precios.

A pesar de la presencia de algunos pequeños competidores existentes en Zaragoza, ÓptimaWeb se diferencia de ellos por ofrecer un servicio integral y totalmente personalizado a la medida de cada cliente. Es un valor que ninguno de nuestros competidores proporciona a su público, siendo cada vez más altas las exigencias de los

usuarios a la hora de contratar un servicio, por lo que nos parece interesante hacer hincapié en esa exclusividad que proporcionamos, en la personalización y en el servicio integral.

Por lo que podemos apreciar en nuestro análisis económico, pasamos por una mala situación el primer año de actividad, por ser un nuevo servicio en la empresa, por su bajo reconocimiento, su baja demanda y el alto coste de obligaciones que debemos hacer frente para poner en marcha el servicio. Gracias al buen funcionamiento del servicio en los 4 siguientes años, debido a las estrategias de marketing que realiza la agencia y el aumento de reconocimiento del nuevo servicio, conseguimos compensar las pérdidas del primer año y llegar a alcanzar beneficios muy positivos. Si la situación sigue así a l/p, podemos plantearnos añadir más tipos de eventos (como deportivos o personales) para poder abrirnos a un público de interés más amplio.

Como conclusión, una vez analizados todos los apartados necesarios y obteniendo el análisis de viabilidad económica positivo del informe económico-financiero, la puesta en marcha de la nueva línea de servicio en ÓptimaWeb es viable, por lo que los socios podrán poner en marcha el desarrollo del nuevo servicio con vistas a una evolución ascendente.

BIBLIOGRAFÍA

- Ángel, M. (25 de enero de 2019). *MarketingZaragoza*. Obtenido de <https://marketingzaragoza.es/2019/01/agencias-de-marketing-online-zaragoza/>
- Anónimo. (15 de Enero de 2020). *INE*. Obtenido de <https://www.ine.es/daco/daco42/daco421/ipc1219.pdf>
- Anónimo. (19 de Febrero de 2020). *Eurydice*. Obtenido de https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-and-economic-situation-79_es
- Anónimo. (20 de Mayo de 2015). *BlogESAH*. Obtenido de <https://www.estudiahosteleria.com/blog/organizacion-eventos-protocolo/la-importancia-de-la-organizacion-de-eventos>
- Anónimo. (2019). *Datos Macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>
- Anónimo. (2019). *INE*. Obtenido de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981
- Anónimo. (2020). *PopulationPyramid.net*. Obtenido de <https://www.populationpyramid.net/es/españa/2020/>
- Anónimo. (31 de Enero de 2020). *INE*.
- Anónimo. (7 de Agosto de 2017). *IMEP*. Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/la-organizacion-de-eventos/>
- Anónimo. (9 de Marzo de 2020). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos
- Anónimo. (Marzo de 2020). *Sortlist*. Obtenido de <https://www.sortlist.es/marketing/zaragoza-aragon-es>
- Gispert, B. (8 de Enero de 2020). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/economia/20200108/472773318387/espana-innovacion-desarrollo-inversion-empresa-estado.html>
- Grijón, L. (13 de Febrero de 2020). *AULA CM*. Obtenido de <https://aulacm.com/organizacion-de-eventos-conferencias/>

Mazzoli, S. (22 de Febrero de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/g57062/plan-de-negocio-agencia-de-organizacion-de-eventos/>

ANEXOS

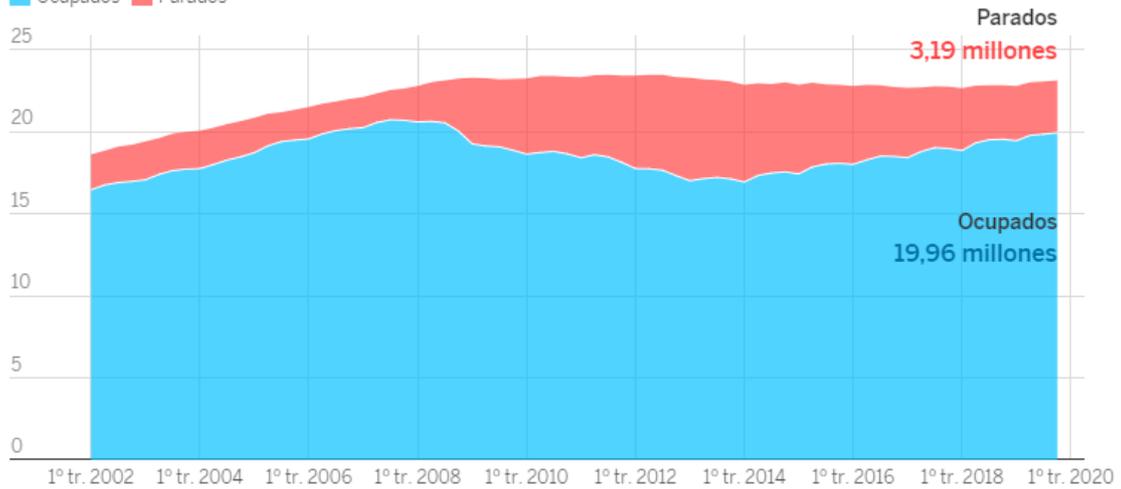
ANEXO 1. EL MERCADO LABORAL EN 2019

Ilustración 1. Mercado laboral 2019

El mercado laboral en 2019

En millones de personas

Ocupados Parados



Fuente: INE

ANEXO 2. PIB EN ESPAÑA

Ilustración 2. PIB España

Producto interior bruto

Volumen encadenado. Tasas de variación interanual (%)



Fuente: INE

ANEXO 3: ENCUESTA ÓPTIMAWEB

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Procederemos a realizar una investigación de mercado a través de una encuesta que se realizarán a todos los clientes antiguos y actuales de ÓptimaWeb. La finalidad de esta encuesta, a parte de ser una manera para validar la viabilidad del proyecto, es una oportunidad para conocer la opinión de los clientes acerca del nuevo servicio que nos gustaría implantar para ellos y futuros usuarios de interés.

- FICHA TÉCNICA

NATURALIZA DEL DISEÑO	Concluyente – Investigación causal
POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	Clientes actuales de ÓptimaWeb
TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN UTILIZADAS	Encuesta auto administrada a través de página web (formulario de Google)
MUESTREO	Tamaño de la muestra:
TÉCNICAS UTILIZADAS EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	Excel, Google Drive
FECHA DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	Fecha inicio: 19/02/2020 Fecha final: 04/03/2020

- ENCUESTA

Buenos días/tardes. Desde ÓptimaWeb agradecemos la confianza que nos depositas y contamos contigo para poder crecer juntos.

Queremos implantar en nuestra Agencia de Marketing Digital un nuevo servicio offline, concretamente: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

Nosotros nos encargamos del alquiler del espacio, el montaje, la música, el personal, el catering, para que tu evento sea único y exclusivo.

A continuación, lanzaremos una encuesta para conocer tu opinión acerca de este nuevo servicio que nos ayudará a validar la viabilidad de nuestra idea. Será muy breve y totalmente anónima.

Muchas gracias de antemano por los minutos prestados.

1. ¿Has organizado alguna vez un evento para tu empresa?
 - Sí
 - No
2. ¿Has participado alguna vez en algún evento de empresa?
 - Sí
 - No
3. ¿Conoces los beneficios que puede aportar un evento para tu empresa?
 - Sí
 - No

UN EVENTO DE EMPRESA... Es una gran herramienta de comunicación estratégica. Te permite transmitir los valores de tu marca y, además, es una gran oportunidad para fidelizar y captar nuevos clientes. Un evento te ayudará a aumentar la visibilidad de tu empresa, captar nuevos clientes potenciales y presentar tus productos y/o servicios de forma expansiva.

4. ¿Has pensado realizar alguna vez un evento para tu empresa?
 - Si (pasar a la pregunta 6)
 - No (pasar a la siguiente pregunta)
5. ¿Por qué?
 - Porque creo que no es necesario para mi negocio
 - Porque es caro
 - Porque no sé qué proceso hay que seguir
 - Porque no me parece interesante
 - Otra...
6. Y... si pudieras realizar cualquier tipo de evento para tu negocio ¿qué objetivo tendrías?
 - Dar a conocer mi negocio
 - Presentar mis productos y/o servicios
 - Reunir a mis clientes para un aperitivo
 - No me interesa
 - Otra...

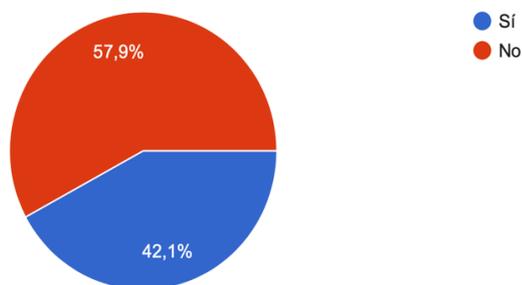
7. Finalmente, desde ÓptimaWeb nos gustaría conocer si te parece interesante tener a tu disposición con nosotros la ORGANIZACIÓN DE EVENTOS para un futuro evento que beneficie a tu empresa:
- Sí, sería un plus
 - No, no creo que me haga falta

DATOS PERSONALES

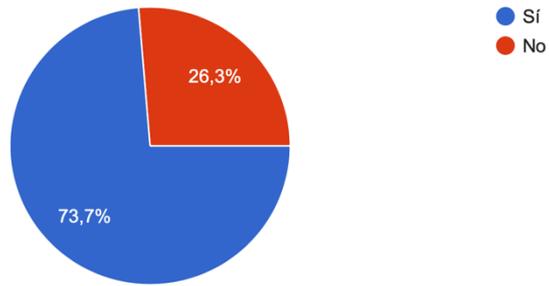
8. ¿Cuántos años llevas con tu negocio?
- Menos de 1 año
 - Entre 2 y 5 años
 - Más de 5 años
9. ¿A qué sector perteneces?
- Salud
 - Industria
 - Comercio
 - Administración
 - Transporte
 - Ocio
 - Otro
10. ¿Cuál es tu empresa?
- Prefiero que la encuesta sea anónima
 - Nombre de la empresa

● RESULTADOS

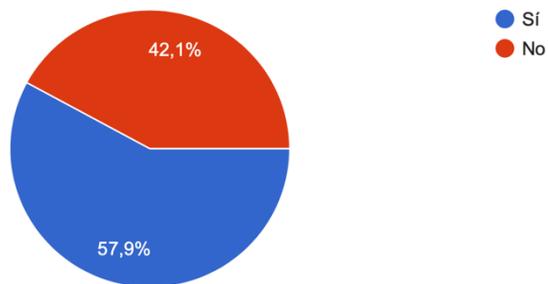
1. ¿Has organizado alguna vez un evento para tu empresa?



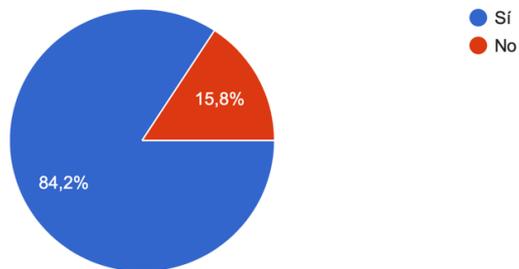
2. ¿Has participado alguna vez en algún evento de empresa



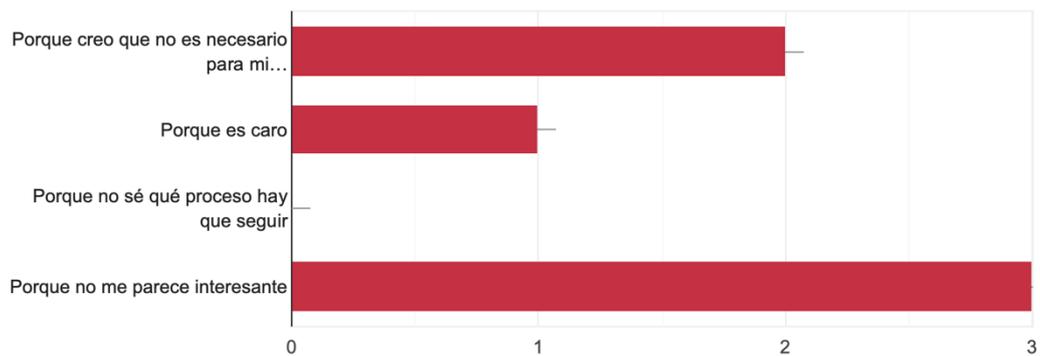
3. ¿Conoces los beneficios que puede aportar un evento de empresa?



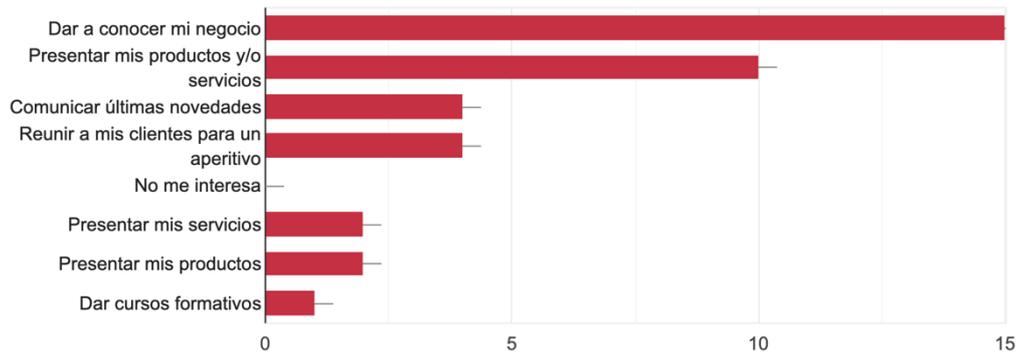
4. ¿Has pensado realizar alguna vez un evento para tu empresa?



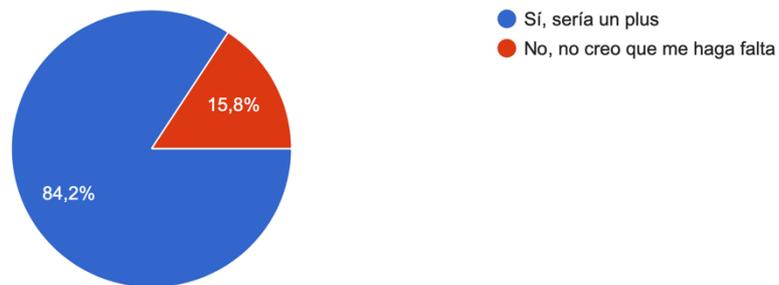
5. ¿Por qué?



6. ¿Qué objetivo tendrías?

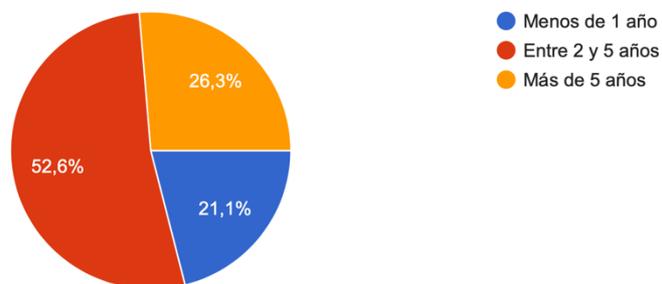


7. Finalmente, desde ÓptimaWeb nos gustaría conocer si te parece interesante tener a tu disposición con nosotros la ORGANIZACIÓN DE EVENTOS para un futuro evento que beneficie a tu empresa:

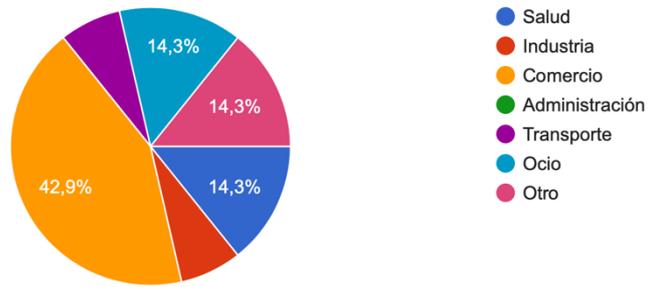


DATOS PERSONALES

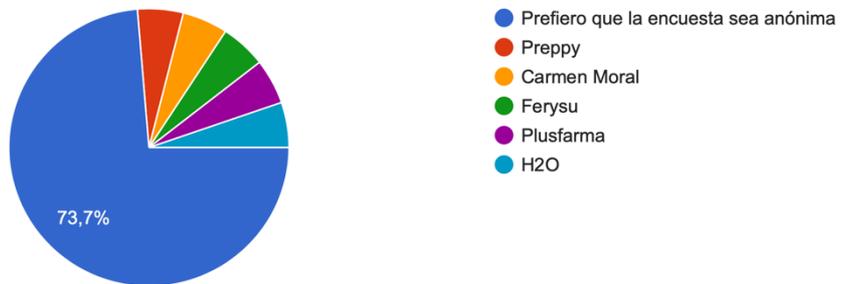
8. ¿Cuántos años llevas con tu negocio?



9. ¿A qué sector perteneces?



10. ¿Cuál es tu empresa?



ANEXO 4: TOTAL EMPRESAS ACTIVAS EN ZARAGOZA

Ilustración 3. Empresas activas Zaragoza



Fuente: INE

ANEXO 5. ANÁLISIS EMPRESAS ARAGÓN

Ilustración 4. Empresas Aragón



Fuente: Iberinform

ANEXO 6. CONTRATO

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE SERVICIOS

FECHA DE EMISIÓN DEL DOCUMENTO: XX.XX.XX

EMPRESA:

XXXX

C/ XXXX

CIF/NIF:

(Por favor, díganos si hubiese algún dato incorrecto)

Estimado/a

Le remito presupuesto de los servicios solicitados,

Fecha para la cual se contratan los siguientes servicios:

1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS SOLICITADOS

SALA PRINCIPAL	Capacidad máxima 200 personas
HORARIO	XX:XX – XX:XX
CON TARIMA	2-3 sillones + mesa

JORNADA		SELECCIONAR
1 HORA	175,00 €	
AUDIOVISUAL		
CAÑÓN + PANTALLA	200,00 €	
MEGAFONÍA/SONIDO	220,00 €	
MICROFONO	45,00 €	
ORDENADOR	80,00 €	
TÉCNICO	40,00 €	
WIFI	GRATUITO EN SALA	
LINEA EXCLUSIVA DE WIFI PARA EVENTO (20MG)	100,00 €	
FOTOGRAFÍA PROFESIONAL	200,00 €	
SERVICIO MULTIMEDIA	300,00 €	
RESTAURACIÓN		
Coffe de bienvenida en Hall	7€/persona	
Cocktail comida en Hall	33€/persona	
DISEÑO GRÁFICO		
CARTEL	600,00 €	
FLYER	600,00 €	
TARJETAS DE INVITACIÓN	400,00 €	
PUBLICIDAD		
CAMPAÑAS SEM Y ADWORS	200€/campana	
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN RRSS	200€/mes	

2. CONDICIONES GENERALES

PAGO CON TRANSFERENCIA BANCARIA

Los ingresos deben realizarse en la siguiente cuenta bancaria:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

- La fecha para el evento reservado quedará garantizado con la recepción del depósito de garantía. En casos de no recibirse dicho depósito, el establecimiento podrá disponer de la fecha para otros servicios confirmados para las mismas fechas.
- Los pagos de los depósitos se realizarán mediante transferencias bancarias
- Nunca mediante tarjetas de crédito

3. CONDICIONES DE RESTAURACIÓN

El establecimiento deberá ser informado 10 días antes del número de comensales así como del menú seleccionado, 48 horas antes del evento se tendrá que confirmar el número definitivo de comensales que será considerado como garantía y no podrá suponer una reducción de más de un 5% sobre la cantidad informada 10 días antes

4. CONDICIONES CONTRATUALES

- 4.1. En caso de circunstancias excepcionales o fuerza mayor, tales como huelgas, cese de actividad, incendios, inundaciones o cualquier causa así considerada, el establecimiento podrá cancelar el servicio contratado sin más responsabilidad que la de notificar la decisión adoptada al cliente de la forma más rápida posible y dentro de la buena fe contractual, colaborando con el cliente y procedimiento a la devolución de los pasos realizados a cuenta, quedando el contrato anulado y sin que, cualquiera de las partes pudiera hacer reclamación alguna
- 4.2. Si por razones ajenas a la voluntad del establecimiento, llegado el momento de la prestación del servicio, no fuese posible la adquisición de alguno de los productos contratados para la confección del menú o hubiera una variación importante en el precio de alguno de los mismos, el establecimiento se compromete a sustituirlo por otros similar en calidad y precio, comunicándolo previamente al cliente, sin que este cambio pueda dar origen a reclamación alguna
- 4.3. El establecimiento no se hace responsable de la pérdida o deterioro de objetos, valores o material que se depositen en los salones contratados
- 4.4. Cualquier contratación que implique consumo extra de fuera eléctrica, porte de bultos o mercancías, asistencia de personal técnico, montajes especiales o cualquier otro servicio deberá ser previamente solicitado para calcular su presupuesto.

4.5. El cliente se responsabilizará de cualquier desperfecto, rotura u otros daños que pudieran ocasionarse en el propio salón o en el resto de sus instalaciones y fueran causados por él o alguno de sus invitados

4.6. En el supuesto de que la persona firmante como cliente no ostentara la representación que manifiesta, asume solidariamente las responsabilidades de este contrato.

En prueba de conformidad de lo anteriormente suscrito, firman los comparecientes en la fecha cesada al inicio de este acuerdo.

EMPRESA.

CONTRATANTES

Fdo.-

Fdo.-

ANEXO 7. INGRESOS Y COBROS (AÑO 1)

Tabla 11. Gastos

IMPRESA	UNIDAD	PRECIO
Cartel	1	15
Folletos	50	25
Tarjetas	50	25
RESTAURACIÓN	HORA	PRECIO
Azafatas	1	20
Camareros	1	12
MATERIALES	PACK	PRECIO
Pack	1	120

GASTOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
IMPRESA	UNIDAD												TOTAL
CARTEL	5	15	10	20	10	5	5	0	25	20	30	20	2475
FOLLETOS	0	150	150	200	150	0	0	0	200	350	250	350	900
TARJETAS	100	150	150	300	150	150	0	0	350	50	150	200	875
TOTAL	125,00 €	375,00 €	300,00 €	550,00 €	300,00 €	150,00 €	75,00 €	0,00 €	650,00 €	500,00 €	650,00 €	575,00 €	4.250,00 €
MATERIALES	UNIDAD												TOTAL
PACK	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	3960
TOTAL	120,00 €	360,00 €	240,00 €	480,00 €	240,00 €	120,00 €	120,00 €	0,00 €	600,00 €	480,00 €	720,00 €	480,00 €	3.960,00 €
RESTAURACIÓN	UNIDAD												TOTAL
Nº AZAFATAS	2	2	2	3	2	0	0	0	4	2	2	2	
HORAS	2	1	2	3	2	0	0	0	4	2	4	2	
TOTAL	80,00 €	40,00 €	80,00 €	180,00 €	80,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	320,00 €	80,00 €	160,00 €	80,00 €	1.100,00 €
Nº CAMAREROS	4	4	3	8	4	0	0	0	10	8	18	6	
HORAS	2	3	2	6	2	0	0	0	8	5	10	4	
TOTAL	96,00 €	144,00 €	72,00 €	576,00 €	96,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	960,00 €	480,00 €	2.160,00 €	288,00 €	4.872,00 €
GASTOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
TOTAL GASTOS	421,00 €	919,00 €	692,00 €	1.786,00 €	716,00 €	270,00 €	195,00 €	0,00 €	2.530,00 €	1.540,00 €	3.690,00 €	1.423,00 €	14.182,00 €

Elaboración propia

Tabla 12. Ingresos

JORNADA	
1 HORA	175,00 €
AUDIOVISUAL	
CAÑÓN + PANTALLA	200,00 €
MEGAFONÍA/SONIDO	220,00 €
MICROFONO	45,00 €
ORDENADOR	80,00 €
TÉCNICO	40,00 €
WIFI	GRATUITO EN SALA
LINEA EXCLUSIVA DE WIFI PARA EVENTO (20MG)	100,00 €
FOTOGRAFÍA PROFESIONAL	200,00 €
SERVICIO MULTIMEDIA	300,00 €
RESTAURACIÓN	
Coffe de bienvenida en Hall	7€/persona
Cocktail comida en Hall	33€/persona
DISEÑO GRÁFICO	
CARTEL	600,00 €
FLYER	600,00 €
TARJETAS DE INVITACIÓN	400,00 €
PUBLICIDAD	
CAMPAÑAS SEM Y ADWORS	200€/campaña
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN RRSS	200€/mes

INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
EVENTOS	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	33
INVITADOS	100	280	150	300	300	110	79	0	420	330	530	330	2929
ALQUILER ESPACIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
HORAS	2	6	5	8	3	2,5	4	0	10	8,5	12,5	7,5	69
TOTAL	350,00 €	1.050,00 €	875,00 €	1.400,00 €	525,00 €	437,50 €	700,00 €	0,00 €	1.750,00 €	1.487,50 €	2.187,50 €	1.312,50 €	12.075,00 €
AUDIOVISUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
CAÑÓN + PANTALLA	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	6.600,00 €
MEGAFONÍA/SONIDO	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	7.260,00 €
MICROFONO	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	1.485,00 €
ORDENADOR	0	2	1	3	2	1	1	0	3	4	5	1	1.840,00 €
TÉCNICO	0	1	1	2	0	1	0	0	1	2	3	3	560,00 €
WIFI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00 €
LINEA EXCLUSIVA DE WIFI PARA EVENTO (20MG)	0	0	0	0	1	1	0	0	2	2	1	0	700,00 €
FOTOGRAFÍA PROFESIONAL	1	2	0	2	0	0	0	0	4	4	2	4	3.800,00 €
SERVICIO MULTIMEDIA	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	0	1	2.400,00 €
TOTAL	665,00 €	2.295,00 €	1.350,00 €	3.180,00 €	1.190,00 €	685,00 €	545,00 €	0,00 €	4.205,00 €	3.560,00 €	3.810,00 €	3.160,00 €	24.645,00 €
RESTAURACIÓN	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Coffe de bienvenida en Hall	700,00 €	490,00 €	700,00 €	2.100,00 €	2.100,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.050,00 €	2.310,00 €	2.170,00 €	2.310,00 €	13.930,00 €
Personas	100	70	100	300	300	0	0	0	150	330	310	330	1990
Cocktail comida en Hall	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.640,00 €	0,00 €	0,00 €	1.650,00 €	4.290,00 €
Personas	0	0	0	0	0	0	0	0	80	0	0	50	130
TOTAL	700,00 €	490,00 €	700,00 €	2.100,00 €	2.100,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.690,00 €	2.310,00 €	2.170,00 €	3.960,00 €	18.220,00 €
DISEÑO GRÁFICO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
CARTEL	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	19.800,00 €
FLYER	0	2	2	3	1	0	0	0	3	4	3	4	13.200,00 €
TARJETAS DE INVITACIÓN	1	2	2	4	1	1	0	0	4	1	2	2	8.000,00 €
TOTAL	1.000,00 €	3.800,00 €	3.200,00 €	5.800,00 €	2.200,00 €	1.000,00 €	600,00 €	0,00 €	6.400,00 €	5.200,00 €	6.200,00 €	5.600,00 €	41.000,00 €
PUBLICIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
CAMPAÑAS SEM Y ADWORS	1	1	2	2	2	1	0	0	5	2	2	3	4.200,00 €
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN RRSS	1	3	2	4	2	1	1	0	5	4	6	4	6.600,00 €
TOTAL	400,00 €	800,00 €	800,00 €	1.200,00 €	800,00 €	400,00 €	200,00 €	0,00 €	2.000,00 €	1.200,00 €	1.600,00 €	1.400,00 €	10.800,00 €
TOTAL INGRESOS	3.115,00 €	8.435,00 €	6.925,00 €	13.680,00 €	6.815,00 €	2.522,50 €	2.045,00 €	0,00 €	18.045,00 €	13.757,50 €	15.967,50 €	15.432,50 €	106.740,00 €

Elaboración propia

Tabla 13. Costes e ingresos anuales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EVENTOS	33	53	61	63	62
INGRESOS	106.740,00 €	175.420,00 €	198.140,00 €	210.120,00 €	205.980,00 €
COSTES	14.182,00 €	10.245,00 €	12.935,00 €	13.140,00 €	13.005,00 €

Elaboración propia

ANEXO 8. CUENTA DE TESORERÍA MENSUAL (AÑO 1)

Tabla 14. Cuenta de tesorería mensual (año 1)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Saldo del ejercicio anterior													197.007,01 €
Aportación Capital	3.005,60 €												3.005,60 €
Aportación socios	46.994,40 €												46.994,40 €
Ingresos actividad (cobro clientes)	3.115,00 €	8.435,00 €	6.925,00 €	13.680,00 €	6.815,00 €	2.522,50 €	2.045,00 €	0,00 €	18.045,00 €	13.757,50 €	15.967,50 €	15.432,50 €	106.740,00 €
IVA repercutido	654,15 €	1.771,35 €	1.454,25 €	2.872,80 €	1.431,15 €	529,73 €	429,45 €	0,00 €	3.789,45 €	2.889,08 €	3.353,18 €	3.240,83 €	22.415,40 €
Dev. Hacienda por IVA	3.324,42 €												3.324,42 €
TOTAL COBROS	57.093,57 €	38.568,76 €	35.094,36 €	40.934,91 €	33.195,76 €	25.614,84 €	20.458,56 €	13.183,11 €	29.166,56 €	26.465,69 €	30.115,29 €	29.595,44 €	379.486,83 €
COSTE DE VENTAS	421,00 €	919,00 €	692,00 €	1.786,00 €	716,00 €	270,00 €	195,00 €	0,00 €	2.530,00 €	1.540,00 €	3.690,00 €	1.423,00 €	14.182,00 €
Consumos	421,00 €	919,00 €	692,00 €	1.786,00 €	716,00 €	270,00 €	195,00 €	0,00 €	2.530,00 €	1.540,00 €	3.690,00 €	1.423,00 €	14.182,00 €
OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	18.649,59 €	1.353,30 €	1.360,00 €	1.418,50 €	1.324,00 €	1.386,00 €	1.397,00 €	1.415,00 €	1.374,00 €	1.303,00 €	1.327,00 €	1.383,00 €	33.690,39 €
Inversión inicial	17.249,59 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	17.249,59 €
Arrendamientos y cánones	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	8.400,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	545,00 €	548,30 €	550,00 €	611,50 €	539,00 €	581,00 €	562,00 €	610,00 €	569,00 €	538,00 €	547,00 €	598,00 €	6.798,80 €
Primas de seguros	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	420,00 €
Publicidad y promoción	30,00 €	20,00 €	25,00 €	10,00 €	0,00 €	10,00 €	20,00 €	0,00 €	10,00 €	5,00 €	20,00 €	20,00 €	150,00 €
Servicios bancarios y similares	90,00 €	50,00 €	50,00 €	62,00 €	50,00 €	60,00 €	80,00 €	70,00 €	60,00 €	30,00 €	40,00 €	30,00 €	672,00 €
GASTOS EMPRENDEDORES	1.486,00 €	3.614,00 €	3.010,00 €	5.712,00 €	2.966,00 €	1.249,00 €	1.058,00 €	240,00 €	7.458,00 €	5.743,00 €	6.627,00 €	6.413,00 €	45.576,00 €
Nóminas emprendedores	1.246,00 €	3.374,00 €	2.770,00 €	5.472,00 €	2.726,00 €	1.009,00 €	818,00 €	0,00 €	7.218,00 €	5.503,00 €	6.387,00 €	6.173,00 €	42.696,00 €
S. Social Autónomos	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	2.880,00 €
GASTOS DE PERSONAL CONTRATADO	4.196,00 €	50.352,00 €											
Sueldos y Salarios	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	40.848,00 €
Seguridad Social	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	9.504,00 €
IVA soportado	3.978,57 €	459,33 €	413,07 €	652,58 €	410,55 €	327,81 €	310,17 €	275,10 €	799,89 €	583,38 €	1.037,82 €	575,61 €	9.823,88 €
Pago Hacienda por IVA		1.312,02 €	1.041,18 €	2.220,23 €	1.020,60 €	201,92 €	119,28 €	-275,10 €	2.989,56 €	2.305,70 €	2.315,36 €	2.665,22 €	12.591,52 €
Pago impuesto de sociedades													
TOTAL PAGOS	28.731,16 €	11.853,65 €	10.712,25 €	15.985,30 €	10.633,15 €	7.630,73 €	7.275,45 €	5.851,00 €	19.347,45 €	15.671,08 €	19.193,18 €	16.655,83 €	166.215,79 €
SALDO TESORERÍA	28.362,41 €	26.715,11 €	24.382,11 €	24.949,61 €	22.562,61 €	17.984,11 €	13.183,11 €	7.332,11 €	9.819,11 €	10.794,61 €	10.922,11 €	12.939,61 €	213.271,04 €

Elaboración propia

ANEXO 9. CUENTA DE TESORERÍA

Tabla 15. Cuenta de tesorería

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo del ejercicio anterior		12.939,61 €	33.661,86 €	62.582,52 €	96.892,75 €
Aportación Capital	3.005,60 €				
Aportación socios	46.994,40 €				
Ingresos actividad (cobro clientes)	106.740,00 €	175.420,00 €	198.140,00 €	210.120,00 €	205.980,00 €
IVA repercutido	22.415,40 €	36.838,20 €	41.609,40 €	44.125,20 €	43.255,80 €
Dev. Hacienda por IVA					
TOTAL COBROS	179.155,40 €	225.197,81 €	273.411,26 €	316.827,72 €	346.128,55 €
COSTE DE VENTAS	14.182,00 €	10.245,00 €	12.935,00 €	13.140,00 €	13.005,00 €
Consumos	14.182,00 €	10.245,00 €	12.935,00 €	13.140,00 €	13.005,00 €
OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	33.690,39 €	15.116,30 €	15.127,10 €	14.924,00 €	15.182,00 €
Inversión inicial	17.249,59 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Arrendamientos y cánones	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	6.798,80 €	6.596,30 €	6.623,10 €	6.429,00 €	6.703,00 €
Primas de seguros	420,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Publicidad y promoción	150,00 €	120,00 €	104,00 €	95,00 €	79,00 €
Servicios bancarios y similares	672,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
GASTOS EMPRENDEDORES	45.576,00 €	73.048,00 €	82.136,00 €	86.928,00 €	85.272,00 €
Nóminas emprendedores	42.696,00 €	70.168,00 €	79.256,00 €	84.048,00 €	82.392,00 €
S. Social Autónomos	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €
GASTOS DE PERSONAL CONTRATADO	50.352,00 €				
Sueldos y Salarios	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €
Seguridad Social	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €
IVA soportado	9.823,88 €	5.325,87 €	5.893,04 €	5.893,44 €	5.919,27 €
Pago Hacienda por IVA	12.591,52 €	31.512,33 €	35.716,36 €	38.231,76 €	37.336,53 €
Pago impuesto de sociedades		5.936,45 €	8.669,25 €	10.465,77 €	9.814,02 €
TOTAL PAGOS	166.215,79 €	191.535,95 €	210.828,75 €	219.934,97 €	216.880,82 €
SALDO TESORERÍA	12.939,61 €	33.661,86 €	62.582,52 €	96.892,75 €	129.247,73 €

Elaboración propia

ANEXO 10. BALANCE SITUACIÓN MENSUAL (AÑO 1)

Tabla 16. Balance de situación mensual (año 1)

ACTIVO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVO NO CORRIENTE	17.006,85 €	16.764,10 €	16.521,36 €	16.278,62 €	16.035,87 €	15.793,13 €	15.550,39 €	15.307,64 €	15.064,90 €	14.822,16 €	14.579,42 €	14.336,67 €
Inmovilizado Intangible	570,91 €	561,24 €	551,56 €	541,88 €	532,21 €	522,53 €	512,85 €	503,18 €	493,50 €	483,83 €	474,15 €	464,47 €
Aplicaciones informáticas	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €
Amortizaciones	-9,68 €	-19,35 €	-29,03 €	-38,71 €	-48,38 €	-58,06 €	-67,74 €	-77,41 €	-87,09 €	-96,77 €	-106,44 €	-116,12 €
Inmovilizado Material	15.035,93 €	14.802,87 €	14.569,80 €	14.336,73 €	14.103,67 €	13.870,60 €	13.637,53 €	13.404,47 €	13.171,40 €	12.938,33 €	12.705,27 €	12.472,20 €
Equipos audiovisuales	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €
Reformas	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €
Mobiliario	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €
Equipamiento informático	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €
Instalaciones eléctricas	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €
Amortizaciones	-233,07 €	-466,13 €	-699,20 €	-932,27 €	-1.165,33 €	-1.398,40 €	-1.631,47 €	-1.864,53 €	-2.097,60 €	-2.330,67 €	-2.563,73 €	-2.796,80 €
Inmovilizado Financiero	1.400,00 €											
Depósitos y fianzas	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €
ACTIVO CORRIENTE	28.362,41 €	26.715,11 €	24.382,11 €	24.949,61 €	22.562,61 €	17.984,11 €	13.183,11 €	7.332,11 €	9.819,11 €	10.794,61 €	10.922,11 €	12.939,61 €
Tesorería	28.362,41 €	26.715,11 €	24.382,11 €	24.949,61 €	22.562,61 €	17.984,11 €	13.183,11 €	7.332,11 €	9.819,11 €	10.794,61 €	10.922,11 €	12.939,61 €
TOTAL ACTIVO	45.369,26 €	43.479,21 €	40.903,47 €	41.228,23 €	38.598,48 €	33.777,24 €	28.733,50 €	22.639,75 €	24.884,01 €	25.616,77 €	25.501,53 €	27.276,28 €
PATROMONIO NETO	45.369,26 €	43.479,21 €	40.903,47 €	41.228,23 €	38.598,48 €	33.777,24 €	28.733,50 €	22.639,75 €	24.884,01 €	25.616,77 €	25.501,53 €	27.276,28 €
FONDOS PROPIOS	45.369,26 €	43.479,21 €	40.903,47 €	41.228,23 €	38.598,48 €	33.777,24 €	28.733,50 €	22.639,75 €	24.884,01 €	25.616,77 €	25.501,53 €	27.276,28 €
Capital Social	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6	3005,6
Aportación de socios	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4	46994,4
Resultado del ejercicio	-4.630,74 €	-1.890,04 €	-2.575,74 €	324,76 €	-2.629,74 €	-4.821,24 €	-5.043,74 €	-6.093,74 €	2.244,26 €	732,76 €	-115,24 €	1.774,76 €
Perdidas y ganancias ejercicios anteriores	-4.630,74 €	-4.630,74 €	-6.520,79 €	-9.096,53 €	-8.771,77 €	-11.401,52 €	-16.222,76 €	-21.266,50 €	-27.360,25 €	-25.115,99 €	-24.383,23 €	-24.498,47 €
TOTAL PATRIMONIO NETO	45.369,26 €	43.479,21 €	40.903,47 €	41.228,23 €	38.598,48 €	33.777,24 €	28.733,50 €	22.639,75 €	24.884,01 €	25.616,77 €	25.501,53 €	27.276,28 €
PASIVO	0,00 €											
PASIVO NO CORRIENTE	0,00 €											
Deudas a lp con entidades ccto	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
PASIVO CORRIENTE	0,00 €											
HP acreedora lmpto sociedades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL PASIVO	0,00 €											
TOTAL PN + PASIVO	45.369,26 €	43.479,21 €	40.903,47 €	41.228,23 €	38.598,48 €	33.777,24 €	28.733,50 €	22.639,75 €	24.884,01 €	25.616,77 €	25.501,53 €	27.276,28 €

Elaboración propia

ANEXO 11. AMORTIZACIÓN INMOVILIZADO

Tabla 17. Amortización Inmovilizado

AMORTIZACIÓN	IMPORTE	AÑOS	% AMORT	AMORT. ANUAL
Inmovilizado Intangible				116,12 €
Aplicaciones informáticas	580,59 €	5 años	20%	116,12 €
Inmovilizado Material				2.796,80 €
Equipos audiovisuales	5.340,00 €	5 años	20%	1.068,00 €
Reformas	4.789,00 €	5 años	20%	957,80 €
Mobiliario	4.120,00 €	10 años	10%	412,00 €
Equipamiento informático	1.120,00 €	5 años	20%	224,00 €
Instalaciones eléctricas	900,00 €	7 años	15%	135,00 €
TOTAL AMORT ANUAL				2.913 €

Elaboración propia

ANEXO 12. BALANCE SITUACIÓN

Tabla 18. Balance Situación

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO NO CORRIENTE	14.336,67 €	11.423,75 €	8.510,84 €	5.597,92 €	2.685,00 €
Inmovilizado Intangible	464,47 €	348,35 €	232,24 €	116,12 €	0,00 €
Aplicaciones informáticas	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €	580,59 €
Amortizaciones	-116,12 €	-232,24 €	-348,35 €	-464,47 €	-580,59 €
Inmovilizado Material	12.472,20 €	9.675,40 €	6.878,60 €	4.081,80 €	1.285,00 €
Equipos audiovisuales	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €	5.340,00 €
Reformas	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €	3.789,00 €
Mobiliario	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €	4.120,00 €
Equipamiento informático	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €	1.120,00 €
Instalaciones eléctricas	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €
Amortizaciones	-2.796,80 €	-5.593,60 €	-8.390,40 €	-11.187,20 €	-13.984,00 €
Inmovilizado Financiero	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €
Depósitos y fianzas	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €	1.400,00 €
ACTIVO CORRIENTE	12.939,61 €	33.661,86 €	62.582,52 €	96.892,75 €	129.247,73 €
Tesorería	12.939,61 €	33.661,86 €	62.582,52 €	96.892,75 €	129.247,73 €
TOTAL ACTIVO	27.276,28 €	45.085,62 €	71.093,36 €	102.490,67 €	131.932,73 €

PATROMONIO NETO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FONDOS PROPIOS	27.276,28 €	45.085,62 €	71.093,36 €	102.490,67 €	131.932,73 €
Capital Social	3.005,60 €	3.005,60 €	3.005,60 €	3.005,60 €	3.005,60 €
Aportación de socios	46.994,40 €	46.994,40 €	46.994,40 €	46.994,40 €	46.994,40 €
Resultado del ejercicio	-22.723,72 €	17.809,34 €	26.007,74 €	31.397,31 €	29.442,06 €
Perdidas y ganancias ejercicios anteriores	0,00 €	-22.723,72 €	-4.914,38 €	21.093,36 €	52.490,67 €
TOTAL PATRIMONIO NETO	27.276,28 €	45.085,62 €	71.093,36 €	102.490,67 €	131.932,73 €

PASIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVO NO CORRIENTE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Deudas a l/p con entidades cdto	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
PASIVO CORRIENTE	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
HP acreedora Impto sociedades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL PASIVO	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL PN + PASIVO	27.276,28 €	45.085,62 €	71.093,36 €	102.490,67 €	131.932,73 €

Elaboración propia

ANEXO 13. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (AÑO 1)

Tabla 19. Cuenta PyG mensual (año 1)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
VENTAS	3.115,00 €	8.435,00 €	6.925,00 €	13.680,00 €	6.815,00 €	2.522,50 €	2.045,00 €	0,00 €	18.045,00 €	13.757,50 €	15.967,50 €	15.432,50 €	106.740,00 €
COSTE DE VENTAS	421,00 €	919,00 €	692,00 €	1.786,00 €	716,00 €	270,00 €	195,00 €	0,00 €	2.530,00 €	1.540,00 €	3.690,00 €	1.423,00 €	14.182,00 €
MARGEN BRUTO	2.694,00 €	7.516,00 €	6.233,00 €	11.894,00 €	6.099,00 €	2.252,50 €	1.850,00 €	0,00 €	15.515,00 €	12.217,50 €	12.277,50 €	14.009,50 €	92.558,00 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	1.400,00 €	1.353,30 €	1.360,00 €	1.418,50 €	1.324,00 €	1.386,00 €	1.397,00 €	1.415,00 €	1.374,00 €	1.303,00 €	1.327,00 €	1.383,00 €	16.440,80 €
Arrendamientos y cánones	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	8.400,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	545,00 €	548,30 €	550,00 €	611,50 €	539,00 €	581,00 €	562,00 €	610,00 €	569,00 €	538,00 €	547,00 €	598,00 €	6.798,80 €
Primas de seguros	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	35,00 €	420,00 €
Publicidad y promoción	30,00 €	20,00 €	25,00 €	10,00 €	0,00 €	10,00 €	20,00 €	0,00 €	10,00 €	0,00 €	5,00 €	20,00 €	150,00 €
Servicios bancarios y similares	90,00 €	50,00 €	50,00 €	62,00 €	50,00 €	60,00 €	80,00 €	70,00 €	60,00 €	30,00 €	40,00 €	30,00 €	672,00 €
GASTOS SUELDOS EMPRENDEDORES	1.486,00 €	3.614,00 €	3.010,00 €	5.712,00 €	2.966,00 €	1.249,00 €	1.058,00 €	240,00 €	7.458,00 €	5.743,00 €	6.627,00 €	6.413,00 €	45.576,00 €
Nóminas emprendedores	1.246,00 €	3.374,00 €	2.770,00 €	5.472,00 €	2.726,00 €	1.009,00 €	818,00 €	0,00 €	7.218,00 €	5.503,00 €	6.387,00 €	6.173,00 €	42.696,00 €
S. Social Autónomos	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	2.880,00 €
GASTOS DE PERSONAL CONTRATADO	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	4.196,00 €	50.352,00 €
Sueldos y Salarios	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	3.404,00 €	40.848,00 €
Seguridad Social	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	792,00 €	9.504,00 €
EBITDA	-4.388,00 €	-1.647,30 €	-2.333,00 €	567,50 €	-2.387,00 €	-4.578,50 €	-4.801,00 €	-5.851,00 €	2.487,00 €	975,50 €	127,50 €	2.017,50 €	-19.810,80 €
Amortizaciones	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	242,74 €	2.912,92 €
BAIT	-4.630,74 €	-1.890,04 €	-2.575,74 €	324,76 €	-2.629,74 €	-4.821,24 €	-5.043,74 €	-6.093,74 €	2.244,26 €	732,76 €	-115,24 €	1.774,76 €	-22.723,72 €
Gastos financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BAT	-4.630,74 €	-1.890,04 €	-2.575,74 €	324,76 €	-2.629,74 €	-4.821,24 €	-5.043,74 €	-6.093,74 €	2.244,26 €	732,76 €	-115,24 €	1.774,76 €	-22.723,72 €
Impuesto sobre sociedades													
BENEFICIO NETO	-4.630,74 €	-1.890,04 €	-2.575,74 €	324,76 €	-2.629,74 €	-4.821,24 €	-5.043,74 €	-6.093,74 €	2.244,26 €	732,76 €	-115,24 €	1.774,76 €	-22.723,72 €

Elaboración propia

ANEXO 14. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 20. Cuenta PyG

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	106.740,00 €	175.420,00 €	198.140,00 €	210.120,00 €	205.980,00 €
COSTE DE VENTAS	14.182,00 €	10.245,00 €	12.935,00 €	13.140,00 €	13.005,00 €
MARGEN BRUTO	92.558,00 €	165.175,00 €	185.205,00 €	196.980,00 €	192.975,00 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	16.440,80 €	15.116,30 €	15.127,10 €	14.924,00 €	15.182,00 €
Arrendamientos y cánones	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	6.798,80 €	6.596,30 €	6.623,10 €	6.429,00 €	6.703,00 €
Primas de seguros	420,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Publicidad y promoción	150,00 €	120,00 €	104,00 €	95,00 €	79,00 €
Servicios bancarios y similares	672,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
GASTOS SUELDOS EMPRENDEDORES	45.576,00 €	73.048,00 €	82.136,00 €	86.928,00 €	85.272,00 €
Nóminas emprendedores	42.696,00 €	70.168,00 €	79.256,00 €	84.048,00 €	82.392,00 €
S. Social Autónomos	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €	2.880,00 €
GASTOS DE PERSONAL CONTRATADO	50.352,00 €	50.352,00 €	50.352,00 €	50.352,00 €	50.352,00 €
Sueldos y Salarios	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €	40.848,00 €
Seguridad Social	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €	9.504,00 €
EBITDA	-19.810,80 €	26.658,70 €	37.589,90 €	44.776,00 €	42.169,00 €
Amortizaciones	2.912,92 €	2.912,92 €	2.912,92 €	2.912,92 €	2.912,92 €
BAIT	-22.723,72 €	23.745,78 €	34.676,98 €	41.863,08 €	39.256,08 €
Gastos financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BAT	-22.723,72 €	23.745,78 €	34.676,98 €	41.863,08 €	39.256,08 €
Impuesto sobre sociedades	0,00 €	5.936,45 €	8.669,25 €	10.465,77 €	9.814,02 €
BENEFICIO NETO	-22.723,72 €	17.809,34 €	26.007,74 €	31.397,31 €	29.442,06 €

Elaboración propia

ANEXO 15. LIQUIDACIÓN DE IVA (AÑO 1)

Tabla 21. Liquidación IVA (año 1)

INGRESOS	IVA repercutido												TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ventas	654,15 €	1.771,35 €	1.454,25 €	2.872,80 €	1.431,15 €	529,73 €	429,45 €	0,00 €	3.789,45 €	2.889,08 €	3.353,18 €	3.240,83 €	22.415,40 €
TOTAL INGRESOS	654,15 €	1.771,35 €	1.454,25 €	2.872,80 €	1.431,15 €	529,73 €	429,45 €	0,00 €	3.789,45 €	2.889,08 €	3.353,18 €	3.240,83 €	22.415,40 €
GASTOS	IVA soportado												TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Coste de ventas	88,41 €	192,99 €	145,32 €	375,06 €	150,36 €	56,70 €	40,95 €	0,00 €	531,30 €	323,40 €	774,90 €	298,83 €	2.978,22 €
Inversiones iniciales activo no corriente	3.832,41 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.832,41 €
Gastos inicio actividad (reformas)	795,69 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	795,69 €
Arrendamientos y cánones	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	147,00 €	1.764,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	114,45 €	115,14 €	115,50 €	128,42 €	113,19 €	122,01 €	118,02 €	128,10 €	119,49 €	112,98 €	114,87 €	125,58 €	1.427,75 €
Primas de seguros													
Publicidad y promoción	6,30 €	4,20 €	5,25 €	2,10 €	0,00 €	2,10 €	4,20 €	0,00 €	2,10 €	0,00 €	1,05 €	4,20 €	31,50 €
Servicios bancarios y similares													
TOTAL GASTOS	4.984,26 €	459,33 €	413,07 €	652,58 €	410,55 €	327,81 €	310,17 €	275,10 €	799,89 €	583,38 €	1.037,82 €	575,61 €	10.829,57 €
LIQUIDACIÓN IVA	-4.330,11 €	1.312,02 €	1.041,18 €	2.220,23 €	1.020,60 €	201,92 €	119,28 €	-275,10 €	2.989,56 €	2.305,70 €	2.315,36 €	2.665,22 €	11.585,83 €

Elaboración propia

ANEXO 16. LIQUIDACIÓN DE IVA

Tabla 22. Liquidación IVA

INGRESOS	IVA repercutido				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	22.415,40 €	36.838,20 €	41.609,40 €	44.125,20 €	43.255,80 €
TOTAL INGRESOS	22.415,40 €	36.838,20 €	41.609,40 €	44.125,20 €	43.255,80 €
GASTOS	IVA soportado				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Coste de ventas	2.978,22 €	2.151,45 €	2.716,35 €	2.759,40 €	2.731,05 €
Inversiones iniciales activo no corriente	3.622,41 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Arrendamientos y cánones	1.764,00 €	1.764,00 €	1.764,00 €	1.764,00 €	1.764,00 €
Suministros (Luz, Agua, Telf., Internet)	1.427,75 €	1.385,22 €	1.390,85 €	1.350,09 €	1.407,63 €
Publicidad y promoción	31,50 €	25,20 €	21,84 €	19,95 €	16,59 €
TOTAL GASTOS	9.823,88 €	5.325,87 €	5.893,04 €	5.893,44 €	5.919,27 €
LIQUIDACIÓN IVA	12.591,52 €	31.512,33 €	35.716,36 €	38.231,76 €	37.336,53 €

Elaboración propia