



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“CREACIÓN DE UNA

EMPRESA:

COOK & SERVICE”

FRANCISCO DE LAS HERAS



FACULTAD DE COMERCIO
Universidad de Valladolid

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2020

TRABAJO FIN DE GRADO

“CREACIÓN DE UNA

EMPRESA: COOK & SERVICE”

Trabajo presentado por:

Francisco De las heras Cabezas

Firma:



Tutor:

Jesús González Fernández

Firma:

GONZALEZ
FERNANDEZ
JESUS - DNI
12739383M

Firmado digitalmente por GONZALEZ
FERNANDEZ JESUS - DNI 12739383M
Nombre de reconocimiento (DN): c=ES,
o=UNIVERSIDAD DE VALLADOLID,
ou=CERTIFICADO ELECTRONICO DE
EMPLEADO PUBLICO,
serialNumber=IDCES-12739383M,
sn=GONZALEZ FERNANDEZ,
givenName=JESUS, cn=GONZALEZ
FERNANDEZ JESUS - DNI 12739383M
Fecha: 2020.10.05 10:15:13 +02'00'

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, Octubre 2020

INDICE

I.	OBJETIVO DEL PROYECTO	1
II.	PROMOTORES	2
III.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	3
IV.	ESTUDIO DE MERCADO	5
	IV.I Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)	5
	IV.II Análisis Interno	6
	IV.III Análisis Externo	7
	IV.IV Clientes	11
	IV.V Proveedores	13
	IV.VI Competencia	14
	Competidores directos:	14
	Competidores indirectos:	15
V.	PLAN DE MARKETING	17
	1) Análisis de la situación interna y externa	17
	2) Fijación de objetivos:	17
	3) Elaboración y selección de estrategias:	18
	4) Plan de acción:	18
	5) Calendario de actuación:	23
	6) Establecimiento de presupuesto.	23
	7) Sistema de control y plan de contingencias:	23
VI.	PLAN TECNOLÓGICO	24
VII.	PLAN DE PRODUCCIÓN	25
VIII.	UBICACIÓN E INFRAESTRUCTURAS	30
IX.	ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	32
X.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	38
XI.	ASPECTOS FORMALES DE LA INICIATIVA	48
XII.	CONCLUSIONES	50
XIII.	BIBLIOGRAFÍA	52
XIV.	ANEXOS	53

I. OBJETIVO DEL PROYECTO

El propósito de este trabajo de fin de grado, es crear una empresa desde cero y así poder demostrar los conocimientos adquiridos durante el grado. La idea de crear una empresa desde cero es porque, en mi opinión, es la mejor forma de poder poner de manifiesto todas las áreas (o al menos las máximas posibles) que he estudiado y aprendido en el grado en comercio.

Tal y como veremos en el desarrollo de este proyecto, tocaremos diferentes áreas como son la logística (a la hora de decidir cómo distribuir nuestro producto, los envases y embalajes, como hacernos con las materias primas...), la estadística (análisis estadísticos de la población en España, análisis estadísticos de la población en Valladolid...), contabilidad y análisis financiero (realización de balances y análisis de cuentas, análisis de ratios...), recursos humanos (gestión del personal, creación del organigrama empresarial...), investigación de mercados (qué empresas tenemos alrededor, qué nos diferencia de ellas...), marketing y publicidad (cómo y de qué forma quiero ser visto y por quién...), así como el resto de áreas que se irán desarrollando a lo largo de este proyecto.

Para el desarrollo de este proyecto se ha planteado la empresa como una sociedad limitada nueva empresa, aplicando un plan de marketing, y buscando la mejor estrategia para comprobar de una forma, lo más veraz y ajustada a la realidad como sea posible, la viabilidad de esta idea, así como su rentabilidad a través del estudio y análisis de los diferentes ratios financieros que se elaborarán en este trabajo.

La situación en España de la comida a domicilio en 2018, según los datos del “Gastrómetro, Estudio anual del sector de comida a domicilio en España”, el sector de la comida a domicilio en España supuso 2400 millones de euros a la economía española. Esto nos indica que la sociedad española invierte una gran parte en comprar comida a domicilio. Si a esto le unimos la creciente preocupación por la salud, el bienestar y el cuidado personal, nos encontramos con un nicho de negocio en el cuál, es donde radica la idea de este proyecto.

En Valladolid, la situación es muy similar a la del panorama nacional, con un aumento año tras año en los pedidos de comida a domicilio. Un ejemplo sobre el que me baso para creer que esta idea puede ser rentable, cosa que analizaremos en detalle en este proyecto, es que el ayuntamiento de Valladolid ha ofrecido el servicio de comida y cena a domicilio, por un precio de 9.31 euros IVA incluido, a un total de 621 usuarios de forma regular durante el año 2019, lo cual da una primera idea de que hay una demanda inicial suficiente como para intentar desarrollar este proyecto.

El objetivo de la empresa que quiero crear es claro, ayudar a nuestros clientes a mejorar su calidad de vida ofreciéndoles la oportunidad de realizar una alimentación, variada y equilibra con un valor añadido, lo que supone no tener que preocuparse de cocinar y recibirlo en casa totalmente preparado y servido en perfectas condiciones para su consumo.

Ponemos a su disposición un menú preparado con materias primas de primera calidad pudiendo elegir y degustar primero, segundo y postre por tan solo 6/6,5 euros IVA incluido. Nuestros menús están estudiados por nutricionistas e informamos del valor calórico de cada uno de ellos. Adaptándolos a la necesidad de nuestros consumidores, en el caso de tener que seguir una dieta concreta.

Por estas razones, se quiere crear un servicio de comida a domicilio con el objetivo de facilitar a los clientes una dieta sana y equilibrada, inspirada en la dieta mediterránea, con todos los valores nutricionales que esto reporta.

II. PROMOTORES

La empresa, en principio, estará constituida por un socio fundador que se encargará, una vez puesta en funcionamiento, de su dirección, administración y marketing.

Datos Personales:

- Nombre: Francisco De las heras Cabezas
- Fecha de Nacimiento: 09/09/90
- Teléfono: 983122334
- DNI: 71166783E
- Domicilio: Calle Olmedo
- Código Postal: 47013 Valladolid

Datos Profesionales:

- Alumno de la Facultad de Comercio de Valladolid
- Trabajos Agrícolas de temporada
- Conocimientos de programación y diseño web

Datos de la empresa:

- Nombre o Futuro nombre de la empresa: Cook & Service
- Ubicación geográfica: Valladolid
- Fecha de inicio de la actividad: Está prevista a 1 de Enero de 2020
- Forma jurídica escogida: Sociedad Limitada Nueva Empresa.

III. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

- Descripción de las características del servicio:

Cook & Service ha creado un servicio a domicilio de comida casera, preparada diariamente siguiendo recetas tradicionales, equilibrada y envasada herméticamente para que lleguen al cliente en óptimas condiciones.

Los menús que Cook & Service ¹ ha creado responden a criterios de calidad, variedad y equilibrio.

Todos nuestros menús, están elaborados siguiendo unos parámetros que nuestros nutricionistas nos dirán. Además, todos están elaborados a la imagen de nuestro cliente, sobretodo, a aquellos que por sus características, tienen que seguir una dieta especial (celiacos, diabéticos...)

-Funcionamiento de Cook & Service:

El cliente puede contactar con Cook &Service:

- Vía Internet: el cliente se identifica como usuario, previamente registrado, tiene acceso a la relación de menús disponibles para toda la semana.
- Vía app: atención personalizada ²

Una vez realizado este primer contacto el cliente decidirá la cantidad (comida o cena) y el tiempo que desea mantener el servicio. El horario de reparto será de 12:00h. a 14:00h.

La frecuencia de reparto será de una vez al día en su propio domicilio o en el lugar de trabajo.

La forma de pago será elegida por el cliente, siempre buscado la forma más cómoda.

Transferencia bancaria, tarjeta de crédito (solo para servicios realizados a través de Internet) o a nuestros repartidores. Los pagos se realizarán semanalmente o mensualmente, según el contrato establecido con el cliente.

-Cómo trabajamos:

Tendremos un listado de recetas, y a partir de esas recetas, se confeccionarán los menús diarios. Una vez hechos esos menús, nuestro cliente podrá elegir entre 3 comidas (3 primeros, 3 segundos y postres).

Todos estos menús, podrán ser consultados mediante internet, su composición, calorías y propiedades de los mismos.

¹ Cuando desarrolle el proyecto y tome contacto con nuestro mercado, adaptaré los menús a las necesidades físicas detectadas (según el gasto realizado por el individuo la cantidad de energía varia) Siguiendo las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud) establecen un aporte calórico de 2000 a 2500 Kcal/día para un varón adulto y de 1500 a 2000 Kcal/día para las mujeres.

Estas necesidades disminuyen a medida que nos hacemos mayores. Un hombre de 65 años de constitución media necesitará unas 1900-2100 Kcal/día mientras que una mujer 65 años de constitución media oscilará entre 1500 - 1700 Kcal/ día.

² El cliente recibirá información detallada, semanalmente, de los diferentes menús disponibles en función de sus necesidades.

La información de lo que se oferta esa semana, se facilitará todos los viernes a través del repartidor, de internet o de la propia app.

Uno de los elementos más importantes del servicio va a ser la forma de elaboración. Su principal característica será el just in time, es decir intentaremos tener el mínimo almacenamiento de materias primas y procurar aprovechar la utilización de productos frescos (con un corto periodo desde su extracción a su elaboración). Esto se conseguirá, cocinando los alimentos nada más sean suministrados a nuestras cocinas y posteriormente, dichos alimentos serán envasados para asegurar su calidad y seguridad a la hora de su consumición.

- Elementos innovadores que incorporan, caracteres diferenciales respecto a los de la competencia.

Los elementos innovadores que se van a incorporar serán:

- 1- **El servicio de comida casera a domicilio:** Este servicio se diferencia frente a la comida de cualquier tienda, supermercado e hipermercado en que se tiene que ir al establecimiento, comprar y cocinar. Cook&Service ofrece un menú a domicilio ya elaborado y preparado para su consumo.
- 2- **Producto fresco:** Frente a la comida ya elaborada pero con una abundante cantidad de conservantes, nosotros proponemos una alimentación con productos frescos y sin conservantes buscando la mayor naturalidad en nuestros productos.
- 3- **Envase Hermético:** Cook&Service ofrece un sistema como es el envasado hermético técnicamente probado para una conservación óptima y, a la vez, sin perder las cualidades del producto.
- 4- **Dietas especializadas:** Nuestros menús especializados, se adecuarán a cada cliente según sus prioridades y necesidades respecto a su alimentación.
- 5- **Idóneo horario de entrega y frecuencia:** Gracias a su horario de entrega adecuado a las necesidades del cliente y la frecuencia, podemos estar en contacto con el cliente, y además, nos aseguramos que los productos entregados van a estar en las mejores condiciones de principio a fin de la duración de estos.
- 6- **Menús elaborados y de precio asequibles:** la comida estará elaborada con técnicas caseras y será un gasto para el cliente asequible al servicio que vamos a prestar.

IV. ESTUDIO DE MERCADO

IV.I Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)

En la tabla 1, podemos ver de una forma gráfica e intuitiva el análisis DAFO del proyecto, el cual se desarrollará y explicará en los puntos siguientes, donde se analizarán las diferentes partes del mismo.

Tabla 1: Análisis DAFO

INTERNO	EXTERNO
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Inversión alta - Normativa compleja de sanidad e higiene. - Dificil distribución del producto. - Compleja adecuación de las instalaciones - Poca experiencia en el sector. 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de Globalización y poder de las multinacionales en aspectos competitivos - Servicio sustitutivo frente a otras formas de alimentación - Crisis Económica - Alza de precios de los alimentos y combustible que deriva en un proceso inflacionista.
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Gran control de calidad. - Alto margen de producción. - Poca estacionalidad (Constancia durante el año) - Envase seguro y novedoso. - Gran variedad de productos ofertados. - Adecuación del servicio a cada cliente. - Captación de clientes con nuevas tecnologías (Internet) 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Mercado en crecimiento - Subvenciones de ayudas a PYMES y jóvenes emprendedores - Constante mejora del servicio.

Fuente: Elaboración Propia

IV.II Análisis Interno

En primer lugar, las debilidades de la iniciativa son:

- Inversión alta: Esta es debida, en primer lugar, al elevado coste de la adecuación de las instalaciones, y en segundo lugar al coste de los utensilios y de la cocina industrial necesaria para la realización de la actividad.
- Normativa de sanidad e higiene: Debido a que nuestra actividad requiere una manipulación de alimentos, la ley exige un conglomerado de leyes y normas que se deben cumplir.
- Compleja adecuación de las instalaciones: Esto supondrá un gran desembolso debido a que las instalaciones tienen que cumplir determinados requisitos legales para su puesta en funcionamiento.
- Dificil distribución del producto: Al tratarse de un servicio a domicilio es necesario una buena organización de la distribución del producto para que este llegue a los clientes con una puntualidad y en las más óptimas condiciones.

En segundo lugar las fortalezas de la iniciativa son:

- Control de calidad: Una de las mayores preocupaciones de Cook&Service será cumplir con rigurosidad la normativa legal, respecto al control de los alimentos desde su obtención en el mercado hasta su entrega en el domicilio del cliente, para de esta manera asegurar la calidad de los productos.
- Alto valor añadido del producto: Al ofrecer un servicio de comida preparada puesta en su domicilio. Comodidad y ahorro de tiempo para nuestro cliente.
- Poca estacionalidad.
- Envase de plástico cerrado herméticamente: que conservará las propiedades de los alimentos y en perfectas condiciones para su utilización en microondas.
- Gran variedad de productos ofertados: Los menús se adecuan a las necesidades de cada grupo de mercado objetivo según sus necesidades y gustos para una dieta saludable
- Captación de clientes con nuevas tecnologías: Mediante una página web donde los clientes podrán realizar sus pedidos, consultar la oferta de nuestros productos y resolver todas sus dudas así como a través de la app.
- Alimentos frescos: En todo momento se van a utilizar productos frescos.

IV.III Análisis Externo

Dentro de un análisis externo del proyecto, analizaremos aspectos del macroentorno como aspectos del microentorno.

Macroentorno:

1. Factores Socioeconómicos:

El perfil de nuestro mercado es muy variado, familias monoparentales³, personas que viven solas por diversos motivos (viudedad, elección voluntaria) parejas que deciden no tener hijos, trabajadores con largas jornadas laborales y sin tiempo para comer en casa.

Estos tipos de familias están experimentando un crecimiento muy alto, porque la sociedad ha experimentado en los últimos años un cambio radical. Se ha pasado de la familia tradicional en que el hombre trabajaba y la mujer hacia las tareas de la casa, a la familia de todo tipo en que trabaja la pareja, se tienen pocos hijos...

Pensando en ellos Cook&Service pone a su disposición un servicio de comida a domicilio cuidando su dieta y su salud, menús asequibles para todos los públicos sin renunciar a la calidad⁴, con la comodidad de no tener que cocinar. Le devolvemos su tiempo para que disfrute de él.

2. Políticos: En un país democrático como es España, existe libertad de mercado y también una intervención del estado en la economía. Por eso, aunque con la crisis actual, las ayudas del estado han disminuido considerablemente. Sin embargo todavía pueden obtenerse algunas ayudas y subvenciones principalmente aquellas que alientan la iniciación y desarrollo de negocios. Se tiende a fomentar el espíritu emprendedor que nuevas empresas puedan crearse, fomentando el autoempleo y la riqueza en la zona.

Cook&Service tiene como objetivo el crecimiento de una empresa asistencial comprometida con nuestros clientes y también con la ciudad y su desarrollo. Por último, los datos económicos auguran un largo ciclo de estancamiento en la economía en los años próximos pero en Cook&Service pensamos que con ideas innovadoras y originales como esta se podrá solventar esta situación.

³definición familias monoparentales: Se entiende aquella familia nuclear que está compuesta por un solo miembro de la pareja progeneradora (varón o mujer) y en la que los hijos, de forma prolongada, pierden el contacto con uno de los padres. Aunque la crianza de un niño puede ser llevada a cabo tanto por hombres como mujeres, en esta materia, según demuestran las estadísticas, no ha habido grandes cambios y entre un 80 y un 90% de los hogares monoparentales están formados por madres e hijos.

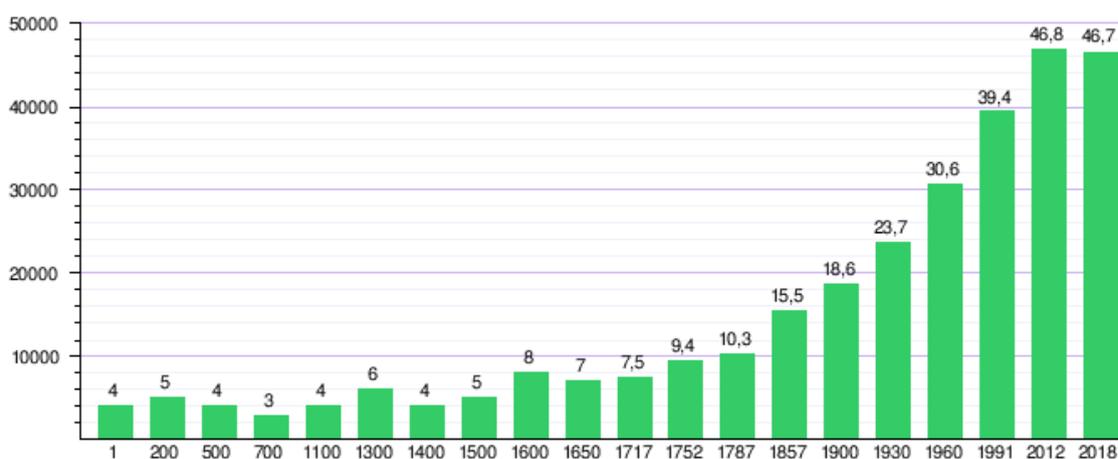
⁴ Entendemos por calidad no solamente la procedencia de los productos si no la forma de preparación adaptándola a las necesidades de nuestros consumidores.

3. Tendencias demográficas: Según los datos obtenidos del gráfico 1, podemos corroborar que a nivel nacional se aprecia un aumento de la población de 7.406.189 del 1991 al 2012 lo que representa un aumento considerable de la población pero hay que matizar que el crecimiento no es igual en todos los lugares de España. La tendencia es muy significativa, crecimiento en las ciudades y en los pueblos sufren un envejecimiento y despoblación considerable.

Otros datos a tener en cuenta es la considerable disminución en la tasa de inmigración neta, España ha dejado de tener una de las mayores tasas de inmigración de Europa (en 2005, de 1,5% anual, sólo superado en la UE por Chipre) En la actualidad su tasa de inmigración neta llega solo al 0,99%, ocupando el puesto n.º 15 en la Unión Europea. Es además, el 9º país con mayor porcentaje de inmigrantes dentro de la UE, por debajo de países como Luxemburgo, Irlanda, Austria o Alemania. En 2005 recibió el 38,6% de la inmigración extracomunitaria hacia la UE, sobre todo de ciudadanos de origen iberoamericano, de otros países de Europa Occidental, de Europa Oriental y del norte de África. En 2009, un 12% de la población residente es de origen extranjero, con un mayor número de rumanos (796.576 personas), marroquíes (710.401) y ecuatorianos (413.715). Los ciudadanos de la Unión Europea representan un 40,5% del total de ciudadanos extranjeros.

A nivel local, Valladolid cuenta con una población de 299.715 habitantes al 1 de enero de 2017.

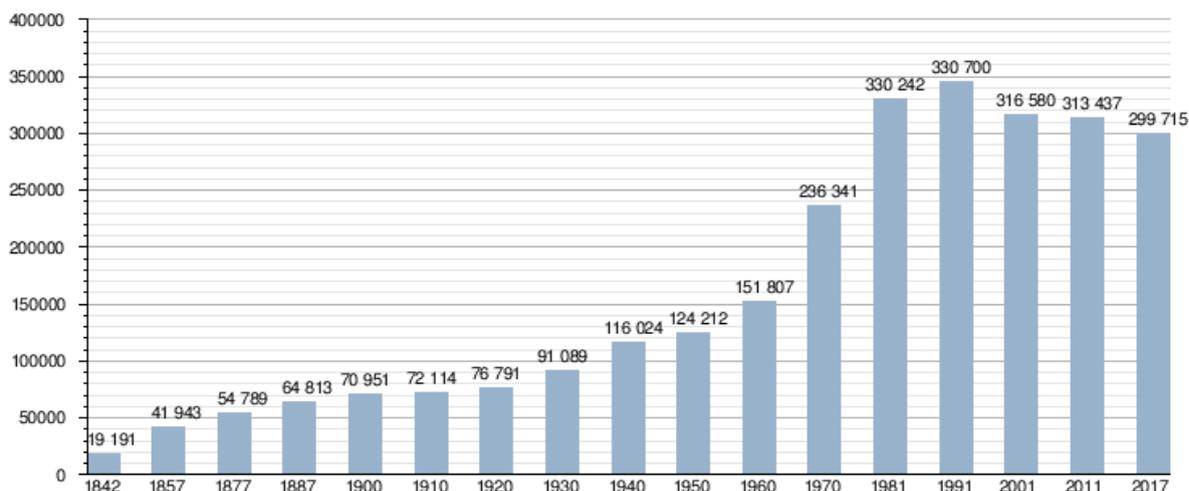
Gráfico 1: Evolución de la población española.



Eje vertical en miles de habitantes, eje horizontal, años. Sobre las barras, cifra de población en millones de habitantes

Fuente: INE (2019)

Gráfico 2: Evolución demográfica de Valladolid entre 1842 y 2017



Fuente: INE (2019)

Podemos señalar, tal y como se puede comprobar en el gráfico 2, que hay movimiento de jóvenes vallisoletanos que emigran a otras ciudades españolas y al extranjero en busca de oportunidades laborales y profesionales y que tanto en el país como en la ciudad se está experimentando un envejecimiento de la población a causa de una mayor esperanza de vida y una baja tasa de natalidad.

Observando estos datos, podemos apreciar que existe un mercado tanto en la ciudad como en las zonas residenciales y pueblos cercanos a la ciudad.

Microentorno:

1. ¿Es un mercado en expansión o en decadencia?

La comida a domicilio, (oriental, italiana...), lleva tiempo en el mercado implantada, es maduro pues prácticamente no se han realizado modificaciones en el mismo. La comida elaborada tanto en los supermercados como en los restaurantes se encuentra casi en la misma situación de madurez. La comida a domicilio, en los últimos años, ha experimentado un crecimiento continuo gracias a las cadenas de restaurantes, y las aplicaciones de comida. En nuestro caso, al tratarse de distribución de comida de forma periódica (casi diaria) podemos considerarla que está también en su fase de crecimiento, es decir, es un mercado en expansión.

2. ¿Existen factores que pueden influenciar la actual estructura de mercado de forma considerable?

Desde un punto de vista económico, las posibles subidas de precios de los alimentos, los combustibles y los impuestos, pueden producir un mayor coste del producto, por lo tanto, un aumento del precio que podría llevar a una disminución de la demanda ya que este servicio tiene una elasticidad de precios alta (a una subida del precio, la demanda del servicio puede bajar más que proporcionalmente).

3. ¿Existen nuevas tendencias?

En este mercado se puede observar que la tendencia es traer la comida típica de cada zona mundial y acercarla a nuestra ciudad. Además en las grandes superficies cada vez dedican más espacio a promocionar sus comidas elaboradas y facilitar su salida al cliente. Otra tendencia es la de servicios como Glovo que se encargan de realizar tareas (tales como realizar la compra, recoger un libro, traer la ropa del tinte...) que se está especializando en restauración y compitiendo con empresas como JustEat ofreciendo un servicio de entrega de comida de restaurantes directamente al cliente por una pequeña comisión.

4. ¿Cómo es el mercado?

Mercado potencial:

- Personas mayores de 65 años que viven solas con una renta media y con problemas a la hora de cocinar: debido a su edad tienen la costumbre de adquirir alimentos basados en legumbres, patatas, pescados y carnes.
- Personas entre 28 y 65 años en situación activa que poseen un tiempo escaso a la hora de cocinar, con una renta media: sus hábitos de consumo consisten en comidas muy variadas y de fácil elaboración.
- Estudiantes entre 18 y 28 años emancipados por causas educativas: sus hábitos de consumo consisten en comida rápida, precocinada y de comida elaborada por sus familiares.

El tamaño actual del mercado es de 316738 personas en total, no obstante nuestro público objetivo potencial son 270.358 personas, de las cuales:

- 36.503 entre 18 y 28 años
- 168.221 entre 29 y 64 años
- 65.634 de 65 años en adelante

IV.IV Clientes

Los clientes potenciales van a ser, en principio, particulares. En su domicilio o en su lugar de trabajo.

Ubicación de nuestro mercado: Dentro de la ciudad de Valladolid, vamos a situar a nuestros clientes en toda la ciudad pero en especialmente, nos tendremos que fijar en los barrios donde haya más población concentrada, información que podemos ver en la tabla 2. En un futuro también nos instalaremos en los pueblos y zonas residenciales de un radio de 10 kilómetros sobre la ciudad aledaños de la localidad de Valladolid que sumarían un total de 373846 personas como tal.

Tabla 2: Padrón municipal

PRINCIPALES ZONAS ESTADÍSTICAS	1991	2005	2010	2011
Centro	12.415	10.011	9.220	9.199
Circular	14.019	11.705	11.146	11.025
Hospital	12.237	9.327	8.338	8.203
Huerta del Rey (alta, baja y media)	17.321	14.025	13.124	13.008
Pajarillos	21.524	17.442	16.312	16.083
La Victoria	13.945	15.748	15.533	15.407
Parquesol	11.106	25.082	26.203	26.218
Covaresa-Parque Alameda	3.247	17.744	21.196	21.610
Delicias	35.167	31.531	29.746	29.332
Caamaño-Las Viudas	13.698	12.554	14.545	14.693
Pilarica	8.428	8.047	7.706	7.886
Rondilla	24.154	20.555	18.975	18.584
TOTAL VALLADOLID CIUDAD	330.700	321.001	317.743	316.738

Fuente: Ayuntamiento de Valladolid (2019)

Entre los pueblos que vamos a poder suministrar en un futuro nuestro producto están:

- Zaratán 4992 habitantes
- Arroyo de la encomienda 12758 habitantes
- Laguna de Duero 21769 habitantes
- Cistérniga 7873 habitantes
- Simancas 5152 habitantes
- Renedo 1948 habitantes
- Santovenia 3732 habitantes
- Valladolid 316738 habitantes.

Sexo, Edad: En cuanto a la edad, nuestros menús están pensados para todas las edades desde los 3 años en adelante. Cada cliente, en función de su edad, se adecuará más a unas dietas u a otras. En cuanto al sexo, irá igual de enfocado tanto para el hombre como para la mujer pero según datos de Cáritas, los hombres que son viudos o que viven solos tienen mayor problema en las necesidades domésticas que las mujeres.

Nivel cultural, de renta, hábitos de consumo: En cuanto nivel cultural no se harán distinciones, lo que sí es cierto es que a un mayor nivel cultural, puede existir un problema de religiones respecto a nuestros alimentos que se podrá solucionar con nuevos menús adecuados al cliente. A nivel de renta, dada la coyuntura actual, irá dirigida a una clase mayoritariamente media, media alta y media baja ya que nuestro servicio no supondrá un gran coste para nuestros clientes comparado con su calidad.

Y por último, en cuanto a hábitos de consumo se tendrá especial hincapié en etiquetar el producto con sus ingredientes, su fecha de consumición preferente, etc. Esto puede ayudar a las personas alérgicas para que puedan consumir con total seguridad nuestros menús.

IV.V Proveedores

Mis proveedores se basan principalmente en los suministradores de materias primas (pescados, carnes, verduras y frutas) y de los envases individuales donde depositar la comida.

Para ello vamos a contar con:

- a. Para los productos cárnicos: MARTIN&GEIJO S.L. Este nos suministrara todo tipo de carnes. Este proveedor nos aportará las carnes a nuestras instalaciones con un transporte refrigerado especial para el traslado de carnes. La forma de pago será de 30 días a crédito con margen de negociación.
- b. Para los productos de pescadería y mariscos: VALLEJO Y MORAL S.L. Nos suministrará todo tipo de pescados y mariscos frescos. Acudiremos a por el producto a Mercaolid los días de elaboración de menús. La forma de pago será de 30 días a crédito con margen de negociación.
- c. Para las frutas y verduras: Frutas ES-MO S.L. Esta empresa está especializada en todo tipo de frutas y verduras nacionales e internacionales. Acudiremos a por sus productos a Mercaolid donde tienen situadas sus instalaciones para aprovisionarnos los días de cocinado. La forma de pago será de 30 días a crédito con margen de negociación.
- d. Para los demás productos como condimentos y materias primas auxiliares se acudirá a MAKRO. Este establecimiento es un cash and carry donde solo pueden acudir autónomos especialistas en hostelería y cocina. Su forma de pago es al contado.
- e. Para los envases: Anchorpack S.L. Este nos proporcionará envases para envasar nuestros menús de forma que tengan la mejor conservación de su envasado a su consumo. Existen 3 tarifas:

PVP para compras al detalle desde 4 cajas.

PVP para compras a partir de 10 cajas.

PVP para compras por pallets (24 cajas).

(Cajas a combinar con cualquier referencia)

Condiciones:

- Todos los gastos incluidos a puerta.
- Plazo de entrega de 3 a 5 días hábiles
(Productos sin stock de 4 a 8 semanas)
 - Forma de pago (1ª compra al contado, luego crédito a 30 días)
 - Modo de pago (cargo en cuenta, ingreso en cuenta o transferencia)

La forma de pago:

A: Por transferencia o ingreso en cuenta, una vez recibido el recibo (por e-mail) procedemos al envío.

B: Por cargo en cuenta, usted nos facilita su cuenta bancaria, se hace un cargo en cuenta antes de la entrega de la mercancía, y se procede inmediatamente al envío.

Le enviaremos una autorización bancaria, para rellenar, firmar y sellar.

Solo se rellenará en la primera compra, es un documento que nos exige el banco para autorizar la conformidad del cargo en su cuenta bancaria.

Para más información visitar la página de la web:

IV.VI Competencia

Competidores directos:

1. **Nococinomas.es:** Esta localizado en Boñuños de la Mitacion (Sevilla). Ofrece un servicio de comida casera a domicilio. Platos bajos en grasas y en sal sin conservantes y que se pueden guardar hasta 14 días en la nevera gracias a la línea de frío. Los platos son cocinados el día antes de recibirlos con una altísima calidad elaborada según las recetas de comida casera de siempre. Cada plato tiene un peso aproximado de 250 gramos y bien encerrados en tupper. El pedido mínimo tiene que ser de 35 euros con una posibilidad de distribución a toda España peninsular.

Sus menús son muy amplios y variados. Entre ellos existen guisos de verduras, de legumbres, de carnes, de pescados, arroces, pastas y hojaldres...

El precio medio por plato, oscila entre 3 y 4 euros a lo que habrá que sumarle 3,95€ del precio del transporte si el total de la compra es menor a 70 euros. El producto se entregará el día que lo seleccione el cliente.

2. **Dietacasa:** Está localizada en Madrid. Ofrece un servicio de alimentación equilibrada adaptada a cada forma de vida de los clientes. Dietas realizadas por dietistas y

expertos cocineros con el objetivo del bienestar de sus clientes. Puedes realizar tu menú libremente y acorde a tus gustos.

La comida tiene una caducidad de hasta 30 días por lo que no es necesario que lo consumas inmediatamente. La entrega será en tres o cuatro días laborables. El envase que utilizan son cajas isotérmicas y con acumuladores de frío. Reparten en toda península y baleares. Ofrecen menús vegetarianos, para deportistas, infantiles, para mayores... El precio ronda entre los 3 o 4 euros el plato.

3. **Grupo Lince Hostelería:** Ubicado en Valladolid desde 1999, ofrece un servicio de catering de comida rápida casera para particulares. Es una empresa que, desde sus inicios, apostó por un sistema de gestión basado en la calidad, por ello posee el certificado en la Norma ISO 9001:2000 Este sello es muestra de su calidad y compromiso con la normativa, con sus empleados y con sus clientes. El precio será pactado con la empresa en función del número de comensales y el tipo de servicio que se desee contratar.
4. **El duende Glotón:** Localizado en Valladolid. Ofrece un servicio de cocina tradicional donde la calidad, buen precio y estupendo servicio es la clave de su éxito. Tfno. 983 18 94 35.
5. **Poniente Delicatessen:** Localizado en Valladolid, ofrece un servicio personalizado para sus clientes. Entre ellos, menús diarios en cajas personalizadas, comidas familiares, buffet libre, cocktail, comidas...Para solicitar el producto a domicilio, debe ser con 48 horas de antelación. Estos servicios están pensado para la comodidad y mayor tiempo libre de sus clientes. Son producto de alta calidad y el precio del menú es de 6,95 €.

Competidores indirectos:

1. **Cadenas de comida a domicilio:**
 - **Pizzerías:** Dentro de los numerosos establecimientos que existen en Valladolid, como pueden ser Telepizza, Pizza móvil, Papa John's, etc. Todos ellos ofrecen un servicio idéntico en cuanto al producto y forma de distribución a domicilio. El producto que ofrecen son pizzas de todo tipo de especialidades y complementos como son patatas fritas, panes de ajo, postres diversos, bebidas refrescantes... El precio aproximado de un menú completo ronda entre los 7€ y los 12€ aproximadamente.
 - **Hamburgueserías:** También, en Valladolid, existen restaurantes especializados en hamburguesas y comida rápida que cuentan con un servicio de comida para llevar. Al igual que las pizzerías el menú ronda entre los 7 y 12€ aproximadamente.
 - **Restaurante de comida típica de otros países:** en los últimos años se está produciendo una expansión de restaurantes de comidas típica que también utilizan el servicio a domicilio, como destacar los restaurantes de comida china y comida

árabe (kebab),. También estos tienen precios muy parecidos a los anteriores y ofrecen el mismo servicio.

- **Servi-pollo:** Además de los anteriores, también existen cadenas que están especializadas en un producto (en este caso el pollo asado) y ofrecen la posibilidad de servicio a domicilio. A pesar de su especialización, ofrecen varios productos más como pueden ser determinados guisos, pastas, arroces y demás aperitivos.

2. **Grandes superficies:**

- **Carrefour, Mercadona, El Corte Inglés:** Es una gran superficie comercial que ofrece un gran surtido de artículos entre ellos de alimentación. Se comprometen a entregar los pedidos con la máxima brevedad y una gran garantía de que lleguen en perfectas condiciones, manteniendo en todo momento la cadena de frío. El transporte se efectuará en todo momento con la temperatura adecuada y con modernos sistemas frigoríficos. Los productos distribuidos son de grandes marcas sometidos a un control y seguimiento rigurosos para asegurar su frescura y calidad. Tienen servicio por toda España incluido Valladolid. El pedido se hará efectivo al día siguiente con unos gastos de transporte de entre 6 y 9€.

V. PLAN DE MARKETING

Para realizar nuestro plan de marketing tendremos en cuenta siete puntos para explicarlo:

1) **Análisis de la situación interna y externa:** (comentado en el estudio de mercado)

2) **Fijación de objetivos:**

2.1 Objetivos generales:

- a) Elaborar unos menús de alta calidad y posicionar la empresa a nivel local.
- b) Ofrecer un buen servicio que se base en la frescura de los alimentos y en la puntualidad de la entrega.
- c) Idealización de clientes: mejorando su nivel de satisfacción.
- d) Crecimiento sostenible a través de un incremento continuo de las ventas.
- e) A largo plazo, obtener una mayor rentabilidad.
- f) Incentivación y motivación de los recursos humanos.

2.2 Objetivos específicos:

a) Aumentar las ventas mensuales de forma que:

- 1^{er} mes 30 clientes: durante los 6 primeros meses se estiman en un 25% de crecimiento cada mes.
- 6^o mes: 92 clientes: Durante los próximos 6 meses el crecimiento cada mes será del 15%.
- El segundo año 212 clientes: la cuota de crecimiento es del 50% durante el año.
- El tercer año serán 318 clientes: Se experimentara un crecimiento de 30% de forma que al final del tercer año serán un total de 413 clientes.

Los datos ofrecidos anteriormente son estimaciones, basándonos en nuestro estudio de mercado del Microentorno y del Macroentorno.

Si estimamos que el precio del menú es de 6 € ponderado y que cada cliente realizará un contrato de 30 comidas al mes, las ventas estimadas según el modelo de crecimiento anterior darían:

- 1^{er} Semestre: 69.797,46€.
- 2^o Semestre: 226.393,20€.
- 2^o Año: 340.039,80€.
- 3^o Año: 442.051,74€.

b) Lograr una participación de mercado de 20 % en segundo semestre

c) Producir un total de 6353 comidas en diciembre del primer año.

d) Conseguir un margen de beneficio del 20% en los próximos 3 años.

e) Aumento de la plantilla en un 80% en los próximos 3 años.

3) **Elaboración y selección de estrategias:**

Las estrategias son los caminos de acción de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos:

3.1 Estrategias generales:

- a) Diferenciación del servicio: Debido a que ofrecemos un servicio a domicilio para mayor comodidad de los clientes.
- b) Diferenciación del producto: Debido a que ofrecemos un producto con alimentos frescos y recién cocinados, además de una gran variedad.
- c) Enfocarse en un segmento de mercado específico: Los productos de Cook&Service serán elaborados en función del tipo de cliente al que va dirigido enfocándonos en clientes (mayores de 65 años), clientes (de 28 a 65 años) y a clientes (de 18 a 28 años) estudiantes. Es importante la segmentación que se realiza en función de las características especiales de nuestros consumidores como son por ejemplo, celíacos, vegetarianos,....

3.2 Estrategias específicas:

- a) Realizar un gasto considerable en publicidad para darnos a conocer en la ciudad.
- b) Ampliar la variedad de menús para acaparar más segmentos de mercado: En el futuro se ampliará la gama de menús enfocados principalmente, en los niños, dietas de regímenes o vegetarianos.
- c) Realizar un sistema de I+D para investigar sobre nuevas formas de conservación de los alimentos, nuevas formas de cocinado para ser más eficientes y a la vez, dar un mejor servicio a nuestros clientes.

4) **Plan de acción:**

Para explicar este punto usaré las variables de marketing mix:

4.1 Producto:

El producto consta de un servicio de comida a domicilio que facilitará la comida a los clientes a domicilio, en el horario que más se adecue a sus necesidades, y además, asegurándose que va a consumir un producto seguro, fresco y apetitoso. En Cook&Service pensamos que cada cliente tiene unas preferencias en cuanto a su alimentación, por eso, aplicaremos una dieta acorde a los menús que le vamos a ofrecer.

Además, una buena forma de satisfacer a nuestros clientes es crear de vez en cuando, semanas especializadas en la gastronomía de algún país para probar cosas de otras culturas y, a la vez, evitar la rutina que podrían crear en nuestros platos.

Una de las principales características de mi producto es el envase. Los envases que vamos a utilizar están diseñados para comidas preparadas y tienen características como:

- Totalmente impermeables.
- Soportan cargas muy altas, mostrando una gran resistencia al apilado.
- Óptimo comportamiento térmico.
- Son envases 100% reciclables.
- Son higiénicos, al tratarse de un material poco favorable para el desarrollo de microorganismos.
- Pueden ser reutilizados, aptos para lavavajillas con unos costes de limpieza e higienización mínimos.
- Son muy estéticos, lo que le da una gran presencia al envase, que resalta la calidad del producto que contiene.

Además, al ser menús muy variados, cada comida requiere un envase específico, de forma que trabajaremos con: un envase para todo tipo de ensaladas entre sus cualidades están la amplia solapa de apertura, que permite una fácil apertura del envase, un cierre especial entre la base y la tapa que garantizan la frescura del alimento y previenen derrames y además un encaje perfecto entre dos o más envases dando estabilidad a la hora de apilar varios envases en el transporte. Este modelo se llama "CP724C-7" de 710 ml.

Otro para platos combinados con salsas u guarniciones como son el "MW712B". Este viene separado en dos compartimentos para poder separar salsas con los productos base. La forma elevada de la base favorece el drenaje de los jugos al escurrirse, además esta forma añade estabilidad al recipiente. El ajuste hermético de la tapa con la base asegura la frescura del producto, y previene derrames en el transporte.

El recipiente para sopas, legumbres y guisos "MW712B". Este posee la cualidad de ser un envase resistente y muy buen conservador del producto.

Y para los postres el modelo "4800000" es un modelo transparente que mantiene la calidad de los productos. Los postres caseros, serán guardados aquí para su mejor imagen y conservación.

La fruta de temporada se servirá en bolsas de plástico de cierre hermético para su óptima conservación.

4.2 Precio:

Su coste será de 6€ para el menú durante todos los días excepto fines de semana y festivos que el menú alcanzara los 6,5€ por comida. Las comidas que se den eventualmente, tendrán un coste de 7-7,5€ con el servicio a domicilio inclusive.

Para aplicar el precio, me he basado en los costes de producción y en la competencia indirecta y directa.

Creo que para fidelizar a los clientes y que contraten nuestros productos el mayor tiempo posible, hay que realizar un sistema de promociones de forma que, a más tiempo de contrato y, por lo tanto, más cuantía, más promoción habrá que realizar para premiar la fidelidad de nuestros clientes.

La forma de pago será mediante transferencia bancaria o por tarjeta de crédito y el plazo de pago será por meses vencidos.

4.3 Distribución:

La distribución será un canal directo, es decir, desde nuestras cocinas al punto de consumo, bien sea su hogar o su trabajo.

La forma de distribución de los productos será programada de acuerdo a la situación de los clientes mediante un cronograma exhaustivo de la situación de cada uno de ellos. Estableciendo las rutas más efectivas.

Nuestro reparto se realizará mediante dos furgonetas con un maletero ISOTERMO para no romper la cadena de frío (en una temperatura de 4 grados) y para conservar los alimentos en las mejores condiciones.

Los días de reparto, al inicio de nuestra actividad, serán los lunes, miércoles y viernes en un turno de mañana. El horario de reparto a domicilio será 12:00 horas a 14:00 horas. Salvo pedidos de cliente ocasionales los pedidos para la semana tendrán la frecuencia expuesta.

Además, en Cook&Service, pensamos en el desarrollo de la sociedad y somos conscientes que la pobreza es un problema que tenemos que afrontar todos. Por eso, los alimentos que nos sobren, serán donados a Cáritas y a comedores sociales para evitar el desperdicio y contribuir con nuestra comunidad.

4.4 Comunicación:

La forma de darnos a conocer, será mediante: Una campaña de publicidad en diferentes soportes así como una campaña promocional. Campaña de publicidad

- *Destinatarios de nuestra comunicación.*

Nuestra publicidad va enfocada hacia todos tipos de públicos, pero, para cada público, tiene una publicidad específica dirigida hacia el mismo. Por ejemplo: para personas mayores irá dirigida la publicidad de radio y las reuniones informativas.

- *Objetivo de la publicidad:* Entre los objetivos que queremos alcanzar con esta campaña publicitaria están:

1. Dar a conocer nuestros servicios
2. Informar al cliente de las saludables características de nuestros productos
3. Persuadir, incentivar, estimular y motivar la compra de nuestro servicio

- *Plan creativo.* Para la realización del contenido de los mensajes, dirigidos a cada uno de los segmentos de mercado que hemos establecidos, se tendrá en cuenta el medio en que se va a difundir.

Bajo el concepto del tiempo gira la realización de las diferentes piezas creativas. “Porqué tu tiempo es importante”

Se argumentará sobre las ventajas que tiene la utilización de nuestros servicios y la ayuda que ofrece para la realización de una dieta equilibrada.

Se ha realizado un logotipo (Anexo 1) que permita un reconocimiento rápido de nuestra empresa a la vez que se intenta crear la imagen corporativa de la misma.

Las diferentes piezas creativas que se realizarán (ejemplo cuña de radio) para captar clientes

Publicidad exterior: se buscará el soporte más adecuado para captar a nuestro target-group (es decir la ubicación más idónea utilizado tanto marquesinas, imagen 1, como mupis, imagen 2, etc...) El tiempo de las mismas esta detallado en el plan de medios.

Imagen1: Ejemplo marquesina



Fuente: Google Images (2019)

Imagen 2: Ejemplo Mupi



Fuente: Google Images (2019)

Ejemplo de cuña de radio (duración 20”)

Sintonía (jingle de entrada): “No compres, no cocines, Cook&Service, te lo lleva donde estés Solo tienes que elegir y llamar o si quieres conéctate con nuestra app.

Llama ya y solicita tu menú al teléfono 983 99 98 97 o visita nuestra web:

www.cook&service.com “Porqué tu alimentación es lo más importante para nosotros”

- *Plan de medios*

El plan de medios comenzará el día 7 de enero y terminará el día 7 de abril con la utilización de los siguientes soportes:

- Charlas informativas: Consistirá en realizar reuniones en los centros de jubilados (dirigidas hacia las personas mayores) y en las facultades (dirigidas a los clientes jóvenes estudiantes). Su función será presentarles nuestro producto, enseñarles como trabajamos, y por último ofrecer una degustación de los productos que vamos a ofrecer con el fin de atraer y persuadir a los posibles clientes y, además, poder recoger información sobre las impresiones de los ciudadanos hacia el producto y con el fin de tener datos para poder diseñar nuestras estrategias de comunicación.
- Internet: Página web www.cook&service.com
Describiremos detalladamente toda nuestra información sobre el servicio ofrecido (Quiénes somos, situación, proceso de elaboración, menús semanales, información nutritiva, contactos, “trabaja con nosotros”, preguntas frecuentes y foro donde los usuarios podrán poner sus opiniones y sugerencias) y también un fácil proceso de compra on-line.
- Anuncios vallas publicitarias: Situada en las vías de acceso al centro de la ciudad. En ellas constará el nombre de la empresa, nuestro eslogan y las formas de contacto con nosotros.
- Folletos: Estarán enfocados principalmente para las personas mayores y estarán situados en los centros de jubilados y universidades que es donde habrá un gran flujo de personas mayores y jóvenes, por lo tanto, clientes potenciales.
- Cuñas en radio y televisión local y regional: Hemos elegido esta al ser el medio de comunicación con más difusión entre las personas mayores.

Posteriormente a las fechas anteriores, se destinará un fondo de contención de la campaña publicitaria durante la vida de la empresa.

5) Calendario de actuación

El calendario de actuación viene descrito en la tabla 3, especificando cuándo y qué actividad se va a realizar.

Tabla 3: Calendario de actuación

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Charlas informativa	Martes y Jueves	Martes y Jueves				
Internet	Todo el mes					
Publicidad exterior	Todo el mes	Todo el mes	Todo el mes			
Folletos	Todo el mes					
TV/Radio	Cuña diaria	Cuña diaria	Cuñas semanales	Cuñas semanales	Cuñas semanales	Cuñas semanales

Fuente: Elaboración Propia

6) Establecimiento de presupuesto.

Para afrontar el gasto de toda esta publicidad, se hará una inversión inicial alta (3000€/mes durante los primeros 3 meses) y 1000 euros durante el resto del primer año. Así daremos a conocer nuestra empresa durante los primeros meses al máximo número de personas. Se prevé que los próximos 2 años se invertirá un total de 3000€ al año.

7) Sistema de control y plan de contingencias.

Para que el plan de acción, la estrategia sea llevada a cabo y se puedan conseguir los objetivos prefijados, se pueden realizar medidas de control para no tener que esperar al fin del periodo y verificar los objetivos reales con los previstos anteriormente.

Las medidas que se tomarán serán:

- Continuo control de los alimentos y de los envases para asegurarnos que estén en las óptimas condiciones.
- Control de la competencia y de nuevas tendencias para poder ajustar el precio acorde a lo que requiere el mercado
- Medición continua de la satisfacción de los clientes mediante encuestas, opiniones y sugerencias vía on-line.
- Replanteamiento continuo de las rutas de los repartidores con el fin de que sean eficaces y optimicen el tiempo de reparto de los menús.
- Continúa observación de datos macroeconómicos y microeconómicos para poder adaptar la empresa a la situación del momento y no quedarse anticuado en ningún momento.

VI. PLAN TECNOLÓGICO

En Cook&Service pensamos que la tecnología nos puede dar una oportunidad de negocio y a la vez, facilitarnos la labor y suponernos un ahorro y una ventaja competitiva frente a los demás competidores. Vamos a describir las ideas tecnológicas para aplicar al funcionamiento de la empresa:

1. **Página Web:** La idea es crear una página Web para facilitar la promoción de los menús y su compra online. Se creará una página Web que tenga varios apartados como: La empresa, dónde estamos, contrata tu menú, consulta del menú, información alimentaría, etc. Además, contendrá un foro de preguntas y opiniones para que nos den recetas y puedan darnos ideas en nuestros menús

En el apartado de contrato del menú se preguntarán los datos personales del cliente, el menú que se adecue más a sus necesidades, y por último, la duración del servicio. A partir de que el cliente acepte, inmediatamente al próximo envío, tendrá su menú en su hogar.

2. **Por Vía App:** Mediante una aplicación, el cliente podrá consultar y solicitar su menú, ajustar su dieta, revisar promociones y realizar el seguimiento de su pedido, así como facilitarnos un feedback de información muy importante, a través del cuál evaluaremos la satisfacción y el grado de cumplimiento de nuestro servicio para con el cliente, y nos permitirá acercarnos al segmento más joven de nuestro target.
3. **Publicidad por Internet:** Estará enfocada principalmente en páginas de cocina y en portales de visita diaria ya que esos usuarios serán los clientes potenciales de Cook&Service.
4. **PDA:** Se gestionarán los pedidos mediante PDAs para una facilidad y mejor atención al cliente además de facilitar las firmas de entrega y ahorro en papel.

Además de estas tecnologías, pensando en el ahorro energético se usaran cocinas y maquinas eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

VII. PLAN DE PRODUCCIÓN

INICIATIVA DE PRODUCCIÓN:

- Descripción de los productos a producir o a transformar:

Cook&Service es una empresa dedicada a la elaboración de comida casera, sana y equilibrada.

Las comidas serán muy variadas y cada día, en cada tipo de menú, se elaborarán comidas diferentes. Para poner un ejemplo con el fin de proporcionar una idea sobre la línea a seguir, describiremos las comidas de un día cualquiera para cada tipo de menú:

1. Primer plato: Lentejas con verduras
Puré de verduras
Pasta a la boloñesa
2. Segundo plato: Filetes de cerdo en su salsa
Tortilla de patatas
Merluza rebozada
3. Postre: Fruta de temporada
Flan
Arroz con leche

- Descripción detallada del proceso productivo, desde la recepción de las materias primas hasta el almacenaje y expedición de los productos:

El proceso productivo empezará acudiendo a Mercaolid por la mañana para comprar las materias primas. Allí adquiriremos las frutas, verduras y hortalizas de ES-MO S.L. También adquiriremos los pescados, las carnes y huevos de MARTIN&GEIJO S.L. y VALLEJO Y MORAL S.L. Las demás materias primas serán adquiridas en cash and carry adecuados a las necesidades de la empresa.

Una vez adquiridas las materias primas, serán trasladadas mediante nuestra furgoneta ISOTERMO para conservar la cadena del frío y no perder ninguna de sus propiedades. En el local, inmediatamente a su llegada, las materias primas requeridas para la elaboración, serán cocinadas, envasadas en envases individuales y repartidos a los diferentes clientes distribuidos por toda la ciudad. En cambio, las restantes materias primas se almacenarán en cámaras frigoríficas y en la despensa que será un lugar seco, frío y oscuro para su mejor conservación. Para su reparto se realizará por el mediodía ya que es la hora donde la gente se encuentra en sus domicilios y se puede contactar mejor con ellos sin crearles dificultades de contacto.

- **Equipos necesarios para la fabricación de los productos, características, modelos, fórmulas de adquisición, capacidad de producción, coste estimado, calendario de adquisiciones y producción y duración de los equipos productivos.**

Para llevar a cabo la actividad de la empresa, además de un local posteriormente definido, será necesario una cocina que estará formada por:

- Cocina 6 fuegos sin horno: Construcción íntegra en acero inoxidable con acabado Scotch blash. Encimera estampada. Parrilla de fundición. Horno inferior construido totalmente en chapa de acero inoxidable. Incorpora rejilla en hierro cromado. Control de fuegos mediante válvula con termopar de seguridad. Encendido por pieza eléctrico. Quemadores con cabeza desmontable para limpieza. Construcción con horno o sobre soporte inferior abierto.

Dimensiones: 1200x700x850 mm

Dimensiones del horno: x Potencia: 50 Kw

Para todo tipo de gas. (Propano, butano o natural)

Será adquirida por compra on-line y pago al contado mediante transferencia

Esta cocina tendrá capacidad para 6 fuegos, por lo que podremos estar realizando diferentes comidas a la vez. Su coste es de 1.383,05€ IVA incluido Su adquisición será por transporte en 4-8 días tiempo de entrega y tendrá una duración estimada de 20 años.

- Freidora 8+8 HR: Características generales:
Termostato de trabajo regulable hasta 195°C. Termostato de seguridad rearmable a 210° C. Indicador MAX-MIN nivel de aceite. Resistencias de acero pulido. Cabezal desmontable del cuerpo de la freidora Terminales faxton en acero inoxidable

Medidas exteriores:

Fondo: 530mm Alto: 385mm Ancho: 630mm

Potencia: 3500w+3500w - 220V

Su precio es de 456,78€ IVA incluido

- Plancha a gas cromo 600: Características generales:
MEDIDAS: Largo: 640

Ancho: 505

Alto: 297

Medidas de la placa: 600x400

Número de quemadores: 2

Número de mandos: 2

Plancha con baño de cromo de 50 micras, piezo eléctrico en cada quemador y bandeja recoge grasas delanteras.

Su precio alcanza los 697,31 € IVA incluido.

- Fregadero Industrial 2000x600: Características generales:

Dimensiones: 500 x 400 x 250

2 cubetas+2 esc de Acero Inoxidables

Su precio es de 929,75€ IVA incluido.

- Horno Industrial convección inox.

Funcionamiento a gas

Precio 602,98 IVA incluido.

La forma de amortizar la maquinaria será:

- Cocina y la Campana extractora: 20 años
 - Freidora y lavavajillas: 15 años
 - Plancha, Ordenador, Multifunción y el Teléfono: 8 años
 - Mobiliario: 10 años.
 - Utensilios de cocina: 5 años
- Cálculo del coste unitario del producto

Explicaremos los precios unitarios de los tres menús que hemos planteado como ejemplo. Los precios por producto y persona están calculados con precios de coste al por mayor.

Primeros platos:

- Lentejas con verduras

Su coste será el siguiente: lentejas 0.10 €; verduras (zanahoria 0.036€ y puerro 0.08€); chorizo 0.16€.

- Puré de verduras

Su coste será el siguiente: zanahoria 0,03; puerro 0,08€; patatas 0,025; espinacas 0,035; calabaza 0,09.

- Pasta a la boloñesa

Su coste será de: pasta 0,12; queso rallado 0,02€; carne picada 0,25; tomate 0,015€

Segundo plato:

- Merluza rebozada

Su coste será el siguiente: merluza 1.8€ y harina 0.01€.

- Filetes de cerdo en su salsa

Su precio será: filetes 1,20€; salsa 0,13€

- Tortilla de patatas

Su coste será: huevos 0,15€; patatas 0.10€; cebolla 0,04€.

Postre:

- Fruta de temporada

Su coste será 0.30€ por pieza de fruta

- Postres caseros

Su coste será de 0,30€ por porción individual.

Estos costes se han hallado de hacer una predicción de lo que pesa una ración y sus ingredientes y multiplicarles por su precio.

Los costes aceite, sal, agua y especias son difíciles de estimar por persona.

En cada plato del menú hay que añadir un coste de entre 6 cent y 38 cent perteneciente al envase.

- Alternativas al proceso productivo, decisiones de subcontratación, definición de los subcontratados con su cualificación y coste, descripción del plan de producción en términos de volumen, coste mano de obra, materias primas, gestión de existencias.

En principio consideraremos el transporte de las materias primas (si acudimos al mercado a por ellas o los proveedores nos las suministrarán en nuestras instalaciones). También podemos valorar la idea de subcontratar el servicio de transporte de la comida hasta el domicilio de los clientes.

Además podemos considerar el alquiler de la maquinaria o su compra, al igual que los elementos de transporte.

Respecto a la subcontratación no valoro esta opción para el negocio, ya que creo que nuestro proceso es único y parte de la esencia de la personalización se perdería.

Hablando en términos de volumen, al ser un servicio a la demanda, es decir, solo se realizan las comidas que estén contratadas, no podemos considerar las comidas a realizar. Detallar también, que nuestro volumen de producción dependerá del tipo de comida a realizar pero se estima que se podrán suministrar unos 500 menús diarios aproximadamente.

- Descripción de los procesos del control de calidad, control de inventarios y procedimientos de inspección que garanticen mínimos costes y eviten problemas de insatisfacción en los clientes.

Control de Calidad.

Se realizara un control exhaustivo de la calidad y condiciones de frescura de las materias primas. Además, el cliente colaborará en buscar la calidad óptima a través de la app y de la página web mediante foros, encuestas digitales preservando la intimidad del cliente donde reflejaran su opinión de la calidad del producto y posibles mejoras. También, el cliente tiene toda la seguridad de consumir los productos sin anomalías algunas, ya que la exigente normativa de sanidad nos obliga a cumplir una serie de requisitos en nuestras instalaciones de limpieza, control y prevención del medio ambiente.

Control de Inventarios.

Nuestra forma de actuar será aplicando un modelo FIFO (First In, First Out), es decir, las primeras entradas serán las primeras salidas. Nuestras existencias que habrá en el almacén serán materias primas auxiliares y no perecederas, es decir, sólo almacenaremos los aceites, la sal, las especias, los aliños, los envases y las legumbres entre otros. Los demás materiales, es decir, los alimentos frescos adquiridos del día, no serán almacenados, excepto los alimentos del turno de tarde que serán almacenados en cámaras frigoríficas para su óptima conservación. Además, la empresa aprovechará las promociones de rappels (efectuadas en el proveedor de envases).

Procedimientos de inspección

Al empezar la actividad, previamente se tiene que realizar un dossier para la delegación de sanidad de la Junta de Castilla y León donde indicaremos todas las medidas y el cumplimiento de la normativa vigente, para posterior aprobación, y recibir una inspección donde será revisado por los inspectores. Además, las revisiones se podrán hacer durante la vida de la empresa para comprobar el buen funcionamiento de la empresa. Se tiene que realizar dossier llamado método de autocontrol donde habrá que rellenar toda su forma de trabajar de la empresa.

Respecto a términos contables y administrativos, se realizará una contabilidad que se base en la imagen fiel de empresa como principal objetivo.

También, en Cook&Service inspeccionará continuamente el buen hacer de nuestros empleados y realizará cursos para enseñar las nuevas tendencias de la cocina y la buena manipulación de los alimentos.

Además todas nuestras maquinas realizarán una inspección y, en caso de estar dañadas, un reparación cada 6 meses por valor de 300€/visita.

VIII. UBICACIÓN E INFRAESTRUCTURAS

- **Local. Descripción ubicación y coste.**

Dentro de la ciudad, he pensado que la mejor ubicación para una infraestructura como esta es un sitio:

- Que esté integrado en la ciudad para procurar una mayor cercanía con el cliente con el fin de realizar los desplazamientos lo más cortos posibles y así tener un ahorro en gastos de desplazamiento.
- Que esté situado en una zona industrial para además de respetar la ley, poder tener al alcance los servicios que ofrece un polígono y el grupo de empresas que están a disposición
- Tener una buena comunicación a las principales vías de acceso de la ciudad.

Por eso vamos a ubicar nuestra empresa en la calle Oxígeno 2 situado en el polígono San Cristóbal (Valladolid)

La descripción del local es una nave nido que consta de 160m², está ubicada en un polígono industrial por lo que se puede realizar nuestra actividad, está formada por una nave y un pequeño apartado para el baño y las oficinas. Esta nave, al ser de nueva construcción, contará con todos los servicios para la realización de la actividad. Su precio alcanza los 500€ al mes por lo que pensamos que para la situación y los metros cuadrados disponibles, está acorde con su alquiler.

Además, dada la actividad que vamos a realizar y al ser una nave en bruto, necesitamos realizar una reforma para poder acondicionar nuestras instalaciones a la reglamentación vigente. El coste de la reforma rondará unos 30000€.

- **Maquinaria, mobiliario y herramientas. Descripción y coste.**

El mobiliario que vamos a adquirir a principio de la actividad será principalmente para la actividad de oficina y material ofimático. Compraremos unas mesas, sillas, escritorios y armarios donde guardar información y repuestos. El coste asciende a 573€ y se tiene presupuestado un gasto de 500 y 200€ para el año 2 y 3 respectivamente.

Las herramientas utensilios para la cocina (menaje para la cocina, tablas de despiece, etc.) tendrá un coste de 1570,72€. Durante los próximos años, al aumentar la plantilla y su uso, destinaremos un fondo de 500€ y de 1000€ durante el 2º y 3er año respectivamente.

- **Tipo de vehículos necesarios:**

Al principio de la actividad, necesitaremos dos furgonetas isotermos para realizar

El reparto y acudir al mercado a por las materias primas. Serán dos furgonetas de modelo Fiat doblo 1.9 D ISOTERMO de año de fabricación 2004 con un recorrido de 80000 km y la segunda furgoneta es una Ford Transit Connect 1.8 TDCI 90cv ISOTERMO de año de fabricación 2004 y un recorrido de 140.000 kilómetros.

Los vehículos se van a adquirir mediante una compra de segunda mano y el coste en total de las dos furgonetas alcanza los 12921 Euros.

El motivo de ejercitar la opción de compra es porque el coste de los renting y alquileres es muy elevado por su función de isoterma y la compra de un vehículo nuevo, resulta un coste muy elevado para los inicios de la empresa dado el coste de revisiones, compra, impuestos... La previsión a largo plazo es la de renovar nuestros elementos de transporte a los 5 años, una vez consolidado una clientela y tengamos una solvencia económica.

Para poder llevar a cabo un continuo renove de nuestras furgonetas seguiremos un proceso de amortización lineal que está valorado en 2200€.

IX. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

- Formación del promotor:

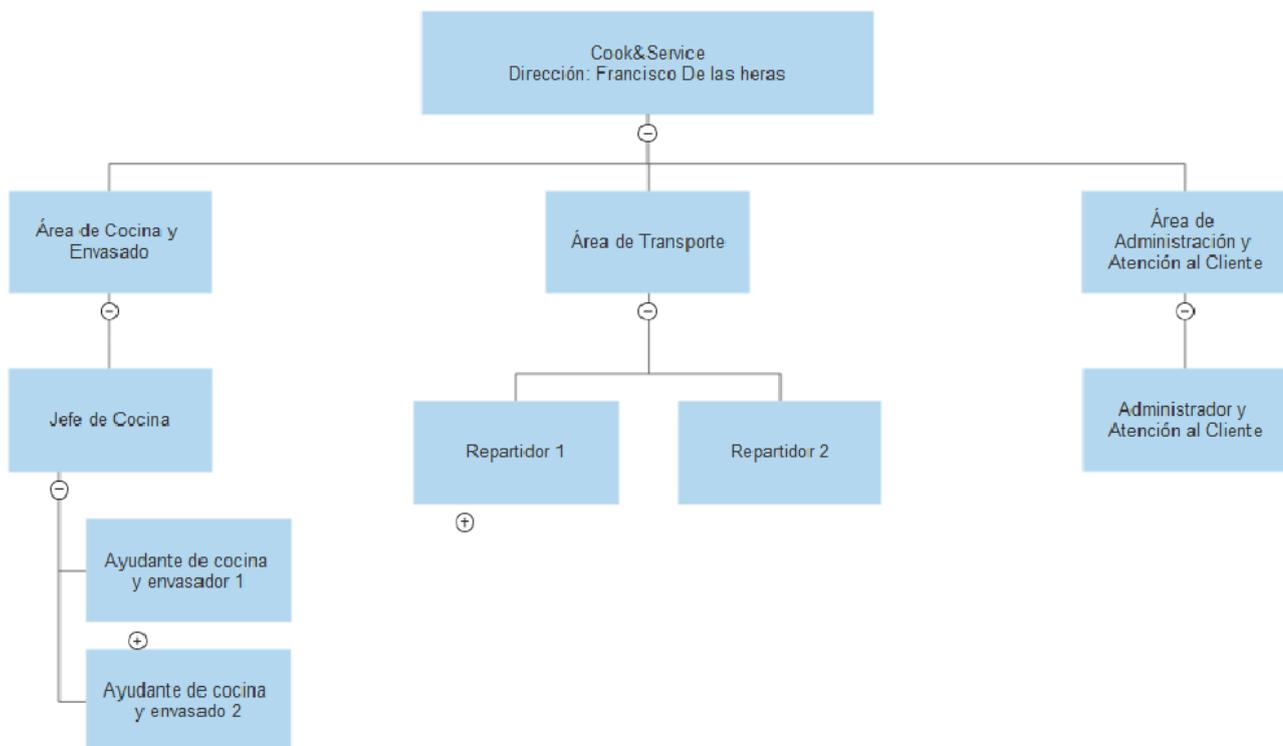
Mi formación consta de:

- Grado en Comercio por la Universidad de Valladolid
- Nivel de Inglés Alto (hablado y escrito)
- Conocimiento de Informática: Microsoft Office, Desarrollo web, Programación...
- Técnico Superior en Comercio Internacional
- Cursos relacionados con el grado como son: Taller de creación de empresas, Curso de bolsa y futuros, Jornadas de jóvenes emprendedores...

- Organigrama de la iniciativa por áreas de actividad que recoja las personas específicas que ocuparán cada puesto de trabajo.

El servicio constara de 3 áreas: Área de cocina y envasado, Área de transporte y Área de dirección, Administración y atención al cliente. El organigrama es el que se aprecia en el gráfico 3.

Gráfico 3: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Descripción de todos los puestos de trabajo:

- *Dirección:* Me encargaré de realizar las tareas de dirección, control, comercial, y compras de la empresa. La formación adquirida en el grado y una experiencia y cursos adicionales será suficiente. Obviamente, la responsabilidad será la del buen funcionamiento y crecimiento de la empresa.
- *Jefe de cocina:* Su tarea será la de elaborar un menú, cocinarlo, y proporcionar las órdenes a sus ayudantes. Se requerirá experiencia y conocimiento del sector, que sea totalmente conocedor de la legislación vigente y no se es imprescindible una formación específica aunque si tener un nivel de estudios básicos. Su responsabilidad será la elaboración de un menú sano, que cumpla la filosofía de cada tipo de menú y la del control exhaustivo de los ingredientes e higiene.
- *Ayudantes de cocina y envasado:* Su cometido será la realización de las tareas asignadas por el jefe de cocina, envasado de los menús y limpieza de las instalaciones. La formación requerida será una experiencia de al menos 1 año, que tenga una formación profesional superior de cocina y capacidad de trabajo en equipo. Su responsabilidad será el envasado del menú, su control y, principalmente, del higiene y buen estado de las instalaciones.
- *Repartidores:* Se encargarán de realizar los repartos a domicilio con un elemento de transporte. Aun así, se harán cargo de su llegada a tiempo y en las condiciones óptimas y del mantenimiento de una relación cordial con los clientes. La formación requerida será una experiencia de al menos 2 años en el oficio, carné de conducir, formación de bachillerato y gran sentimiento de la responsabilidad.
- *Administrador y Atención al cliente:* Se encargará de realizar las tareas de Administración, Contabilidad y Fiscalidad. De formación se le requiere una formación universitaria, en especial, que tuviera el grado en Administración y Dirección de empresas, Comercio o cualquier otra similar. Además es imprescindible una experiencia y conocimiento del oficio y un manejo fluido de informática. Su responsabilidad es tener al día la contabilidad, la fiscalidad y tener un contacto con los clientes para realizar su contrato por teléfono.

REMUNERACIÓN:

La remuneración del personal será según convenio, categoría profesional y formación de cada uno de los empleados, tal y como se detalla en las tablas 4, 5 y 6.

TABLA 4: Relación nivel salarial y categoría profesional.

NIVEL SALARIAL	CATEGORÍAS PROFESIONALES
I	Maestro Obrador
II	Encargado/a de Sección
III	Oficiales de 1ª, de oficio, administración, servicios auxiliares y encargados de establecimiento
IV	Oficiales de 2ª, de oficio, administración, servicios auxiliares y dependientes
V	Ayudantes, de oficio, auxiliares administrativos, servicios auxiliares y despacho, peones
VI	Aprendices de obrador, oficios auxiliares, administrativos, mayores de 17 años
VII	Aprendices de obrador, oficios auxiliares, administrativos, menores de 17 años

Fuente: Elaboración propia

TABLA 5: Relación nivel salarial y salario bruto a percibir

NIVEL	SALARIO ANUAL	SALARIO MENSUAL	SALARIO DÍA
1	15.531,55	1035,42	34,12
2	14.993,05	999,53	32,96
3	14.428,79	961,92	31,71
4	13.679,60	911,99	30,06
5	11.750,58	783,37	25,82
6	10.101,84	673,46	22,20
7	9.000,00	600,00	20,00

Fuente: Elaboración propia

TABLA 6: Relación complementos salariales y categoría profesional

Categorías profesionales	Salario base (12)	Paga extra (2)	Plus extra sal. (12)	Valor quinquenio (mensual)	Valor trienio (mensual)	Plus cargo (12)	Total año
Jefe de área	1.344,58 euros	1.421,50 euros	73,26 euros	67,22 euros	53,78 euros	130,00 euros	21.417,08 euros
Técnico medio	1.229,79 euros	1.306,71 euros	73,26 euros	61,48 euros	49,19 euros		18.250,02 euros
Jefe administrativo	1.115,99 euros	1.192,96 euros	73,26 euros	55,99 euros	44,63 euros		16.656,92 euros
Oficial administrativo	1.040,60 euros	1.115,44 euros	73,26 euros	52,03 euros	41,62 euros		15.597,20 euros
Auxiliar administrativo	995,04 euros	1.071,97 euros	73,26 euros	49,75 euros	39,80 euros		14.963,54 euros
Jefe de zona	1.091,16 euros	1.179,70 euros	73,26 euros	54,55 euros	43,64 euros	130,00 euros	17.892,44 euros
Ayte. de Jefe de zona	951,37 euros	1.028,30 euros	73,26 euros	47,56 euros	38,05 euros	130,00 euros	15.912,16 euros
Repartidor especialista	951,37 euros	1.028,30 euros	73,26 euros	47,56 euros	38,05 euros		14.352,16 euros
Ayte. Rptdor especialista	912,09 euros	989,01 euros	73,26 euros	45,60 euros	36,48 euros		13.802,22 euros
Conductor repartidor	912,09 euros	989,01 euros	73,26 euros	45,60 euros	36,48 euros		13.802,22 euros
Auxiliar de centro	864,43 euros	941,37 euros	73,26 euros	43,21 euros	34,57 euros		13.135,02 euros
Ayudante	864,43 euros	941,37 euros	73,26 euros	43,21 euros	34,57 euros		

Fuente: Boletín oficial de la provincial de Valladolid (2019)

Convenio: Se aplicara en convenio colectivo para el sector artesanal de pastelería, confitería, bollería, repostería y platos precocinados de la provincia de Valladolid. Para los repartidores, se les aplicara el convenio colectivo entre sistema a domicilio.

Forma de contratación: La contratación se realizará según el puesto que ocupen:

- Jefe de cocina: Su jornada semanal constará de lunes, miércoles y viernes de 9 horas a 13 horas. (Contrato Indefinido) durante los próximos 2 años Además según los menús a realizar tendrá que acudir los días anteriores de reparto para preparar los

menús. En el tercer año, se aumentará la jornada a los martes, jueves y sábados con el mismo horario antes indicado con la excepción del sábado que tendrán un turno de 9 horas a 14 horas.

- Ayudante de cocina y envasado: Su jornada semanal constará de lunes, miércoles y viernes de 9 horas a 13 horas. (Contrato Indefinido) durante los próximos 2 años Además según los menús a realizar tendrá que acudir los días anteriores de reparto para preparar los menús. En el tercer año, se aumentara la jornada a los martes, jueves y sábados con el mismo horario antes indicado con la excepción del sábado que tendrán un turno de 9 horas a 14 horas.
- Repartidor: Su jornada constara de lunes, miércoles y viernes de 12 horas a 14:30. (Contrato indefinido). Al igual que en los puntos anteriores, se trabajara los martes, jueves y sábados con el igual horario y el sábado de 13 a 16 horas.
- Administrador y Atención al cliente: Su jornada será completa de 8 de la mañana a 3 de la tarde de lunes a viernes y los sábados de 9 de la mañana a 2 de la tarde (contrato indefinido).

Fórmulas de promoción y ascensos y todo aquello que tenga referencia con temas sociales en la empresa:

Una de las prioridades de Cook&Service será dar el mejor servicio al cliente, para eso, nuestros trabajadores tendrán que tener una actividad proactiva que se base en el esfuerzo continuo y el gusto por el trabajo bien hecho.

Al comienzo de la iniciativa, no se efectuaran ningún ascenso hasta observar cómo responde la demanda al servicio. Cuando se efectúe un crecimiento, y según la calidad del trabajo efectuado, se realizara una política de ascenso para incorporar a más personal en su antiguo puesto. Además, durante el progreso de la empresa, se contratará a gente en contrato de prácticas con el fin de aportar una experiencia laboral hacia nuestro trabajo con proyecciones a quedarse en la empresa trabajando.

Los empleados estarán sometidos a una continua formación facilitada por la empresa con el fin de adquirir conocimientos sobre su trabajo y una mayor implicación en la empresa y en el servicio que ofrece.

Se considerará la situación personal de cada trabajador o trabajadora para intentar facilitar un horario flexible siempre que el trabajo aportado por estos, sea el esperado y requerido.

También, en Cook&Service pensamos que una buenas relaciones de trabajo entre los compañeros aporta una mejor estado de ánimo, resulta más llevadera la tarea y aporta una mejor calidad del servicio. Por eso, se realizaran unas normas claras de convivencia controladas por dirección y se realizaran cenas en las fiestas señaladas con el fin de crear un buen ambiente de trabajo.

- Previsión de plantilla inicial (incluyendo personas emprendedoras)

La previsión de plantilla inicial con la que empezaría la actividad empresarial es la detallada en la tabla 7.

Tabla 7: Plantilla inicial

Características de personas contratadas	Nº puestos trabajo indefinido	Tipo de jornada	Nº de puestos trabajo temporal	Tipo de jornada	Nº Total puestos de trabajo
Máster					
Grado	2	Completa			2
Otros	2	Parcial			2
Total de nº de puestos de trabajo creados= 4					

Fuente: Elaboración propia

- Previsión de plantilla transcurridos tres años (incluyendo personas emprendedoras)

La previsión de plantilla recurrente a partir del tercer año y para reforzar la demanda creciente del negocio es la que se detalla a continuación en la tabla 8.

Tabla 8: Plantilla después de tres años

Características de personas contratadas	Nº puestos trabajo indefinido	Tipo de jornada	Nº de puestos trabajo temporal	Tipo de jornada	Nº Total puestos de trabajo
Máster					
Grado	3	Completa			3
Otros	8	Parcial			8
Total de nº de puestos de trabajo creados: 7					

Fuente: Elaboración propia

X.2. Financiación

Para alcanzar la cantidad necesaria en el cuadro de inversión, además de la aportación de los 3500€ de capital (tabla 10), se ha solicitado un préstamo de línea ICO inversión para autónomos y empresas. Dicho préstamo será fijo a 10 años sin carencia, con un tipo de interés del 7,26 % T.A.E. la entidad a la que se solicitará será el banco Santander. La cantidad solicitada será 75000€ de los cuales 57086,26€ serán utilizados para la inversión y los 17913,74€ restantes serán empleados para afrontar los pagos del activo circulante. La tabla de amortización del préstamo, esta detallada en el Anexo 3.

Tabla 10: Origen de la financiación

FINANCIACION	01-ene
recursos propios	
capital social	3500
recursos ajenos	
prestamos bancarios	75000
proveedores	
TOTAL FINANCIACION	78500

Fuente: elaboración propia

X.3. Amortizaciones

Las amortizaciones de los diferentes elementos se harán tal y como se describe en la tabla 11.

Tabla 11: Cuadro de amortizaciones del inmovilizado

Elemento de inmovilizado	Precio	Años	Amortización mensual	Amortización anual
Cocina	1983,58€	10	4,26€	99,17€
Freidora	579,38€	5	3,21€	38,62€
Plancha	402,38€	5	4,19€	50,29€
Campana	2312,8€	10	9,63€	115,64€
Lavavajillas	1609,52€	10	8,94€	11,79€
Cámara frigorífica	3538,52€	10	11,79€	141,55€
Ordenador	442,67€	8	4,61€	55,33€
Multifunción	289,01€	8	3,01€	36,12€
Teléfono	24,95€	8	0,25€	3,11€
Mobiliario	373,43€	10	3,11€	37,34€
Utillaje	1570,72€	5	26,17€	314,14€
Marca	138€	5	2,3€	27,6€
Elementos de transporte	12921€	5	215,35€	2584,2€
Reforma	30000€	10	250€	3000€
TOTAL	56185,96		550,82€	6610,41€

Fuente: Elaboración propia

X.4. Cuenta Resultados Previsional

La cuenta de resultados previsional, con el desglose de gastos de personal, facturación y costes es la que se detalla en la tabla 12.

Tabla 12: Cuenta de resultados previsional

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Importe neto de la cifra de negocios	226.693,20 €	340.039,80 €	442.051,74 €	464.154,33 €	487.362,04 €
ventas	226.693,20 €	340.039,80 €	442.051,74 €	464.154,33 €	487.362,04 €
prestacion de servicios					
2. Variacion de existencias					
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo					
4. Aprovisionamiento	120.800,42 €	181.200,63 €	235.560,83 €	247.338,87 €	259.705,81 €
Consumo de materias primas	94.455,50 €	141.683,25 €	184.188,22 €	193.397,64 €	203.067,52 €
consumo de otros aprovisionamientos	26.344,92 €	39.517,38 €	51.372,60 €	53.941,23 €	56.638,29 €
5. Otros ingresos de explotacion					
6. Gastos de personal	43.535,40 €	75.229,87 €	113.827,86 €	113.827,86 €	113.827,86 €
a) Sueldos y salarios	35.036,54 €	60.959,07 €	88.981,10 €	88.981,10 €	88.981,10 €
cocinero	9.000,00 €	9.180,00 €	9.363,60 €	9.363,60 €	9.363,60 €
ayudantes de cocina	5.400,00 €	11.016,00 €	22.472,64 €	22.472,64 €	22.472,64 €
repartidores	1.231,32 €	5.023,79 €	10.248,52 €	10.248,52 €	10.248,52 €
contable/recepcionista	14.400,00 €	14.688,00 €	14.981,76 €	14.981,76 €	14.981,76 €
director	0,00 €	14.400,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €
pagas extraordinarias	5.005,22 €	6.651,28 €	13.914,58 €	13.914,58 €	13.914,58 €
b) Seguridad social a cargo de la empresa	8.498,86 €	14.270,80 €	24.846,76 €	24.846,76 €	24.846,76 €
c) provisiones					
7. Otros gastos de explotacion	42.542,18 €	29.435,74 €	30.738,65 €	31.695,06 €	32.699,29 €
Tributos(itv, impuesto de circulacion)	172,00 €	172,00 €	172,00 €	172,00 €	172,00 €
Arrendamientos	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Reparaciones/conservacion	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Material de oficina					
Serv. Prof. Independientes					
Transportes					
Prima de seguros	1.416,34 €	1.416,34 €	1.416,34 €	1.416,34 €	1.416,34 €
seguro de las elementos de transporte	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
seguro nave industrial	416,34 €	416,34 €	416,34 €	416,34 €	416,34 €
Pùblicitad y propaganda	18.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €
Suministros	16.353,84 €	18.247,40 €	19.550,31 €	20.506,72 €	21.510,95 €
luz	5.101,43 €	6.030,43 €	6.331,95 €	6.648,55 €	6.980,98 €
agua	945,75 €	1.041,86 €	1.093,96 €	1.148,65 €	1.206,09 €
gas	2.400,00 €	2.520,00 €	2.646,00 €	2.778,30 €	2.917,22 €
telefono e internet	422,16 €	422,16 €	422,16 €	422,16 €	422,16 €
Combustibles	7.484,50 €	8.232,95 €	9.056,24 €	9.509,06 €	9.984,51 €
Otros					
8. Amortizacion del inmovilizado	-6.609,84 €	3.609,84 €	3.609,84 €	3.610,84 €	3.611,84 €
RESULTADO DE EXPLOTACION	13.205,35 €	50.563,72 €	58.314,56 €	67.681,70 €	77.517,24 €
12. ingresos financieros					
13. Gastos financieros	5.079,87 €	4.691,70 €	4.275,45 €	3.829,11 €	3.350,50 €
intereses	5.079,87 €	4.691,70 €	4.275,45 €	3.829,11 €	3.350,50 €
RESULTADO FINANCIERO	-5.079,87 €	-4.691,70 €	-4.275,45 €	-3.829,11 €	-3.350,50 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO	7.902,06 €	45.872,02 €	54.039,11 €	63.852,59 €	74.166,74 €
17. impuesto sobre beneficios	1.975,51 €	11.468,00 €	13.509,78 €	15.963,15 €	18.541,69 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	5.926,54 €	34.404,01 €	40.529,33 €	47.889,44 €	55.625,06 €

Fuente: Elaboración propia

X.6. Balance de Situación

El balance previsional, el cuál ha sido calculado para un periodo de cinco años para ver la evolución de la empresa, es el detallado en la tabla 14.

Tabla 14: Balance de situación

BALANCE DE SITUACION					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
activo fijo					
propiedad industrial	110,40 €	82,80 €	55,20 €	27,60 €	0,00 €
registro de la marca cook&service	110,40 €	82,80 €	55,20 €	27,60 €	0,00 €
Construcciones					
Instalaciones Técnicas	27.000,00 €	24.000,00 €	21.000,00 €	18.000,00 €	15.000,00 €
Acondicionamiento local	27.000,00 €	24.000,00 €	21.000,00 €	18.000,00 €	15.000,00 €
Maquinaria	9.874,24 €	9.322,00 €	8.769,76 €	8.217,52 €	7.665,28 €
Utillaje	1.256,68 €	942,54 €	528,40 €	180,93 €	0,00 €
Mobiliario	236,11 €	198,77 €	161,43 €	124,09 €	86,75 €
mobiliario oficina	236,11 €	198,77 €	161,43 €	124,09 €	86,75 €
Equipos para procesos de información	662,19 €	567,63 €	473,07 €	378,51 €	283,95 €
ordenador	387,35 €	332,02 €	276,69 €	221,36 €	166,03 €
multifuncion	252,89 €	216,77 €	180,65 €	144,53 €	108,41 €
telefono	21,95 €	18,84 €	15,73 €	12,62 €	9,51 €
Elementos de transporte	10.336,80 €	7.752,60 €	5.168,40 €	2.584,20 €	0,00 €
Fianzas constituaidas a l/p	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
total activo fijo	50.476,42 €	43.298,71 €	36.683,19 €	29.692,88 €	22.796,26 €
activo circulante					
Existencias	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tesoreria	30.579,19 €	107.029,14 €	137.600,10 €	158.240,12 €	174.064,13 €
total activo circulante	30.579,19 €	107.029,14 €	137.600,10 €	158.240,12 €	174.064,13 €
TOTAL ACTIVO	81.055,61 €	153.827,85 €	177.783,29 €	187.932,99 €	196.860,39 €
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
recursos propios					
Capital	3.500,00 €	3.500,00 €	3.500,00 €	3.500,00 €	3.500,00 €
Resultado del ejercicio	7.902,06 €	85.389,40 €	113.620,29 €	134.688,82 €	145.247,93 €
recursos ajenos					
Deudas a largo plazo	69.630,15 €	64.938,45 €	60.663,00 €	56.110,05 €	51.626,48 €
TOTAL PASIVO	81.055,61 €	153.827,85 €	177.783,29 €	187.932,99 €	196.860,39 €

Fuente: Elaboración propia

X.7. Análisis de ratios

1. Rentabilidad:

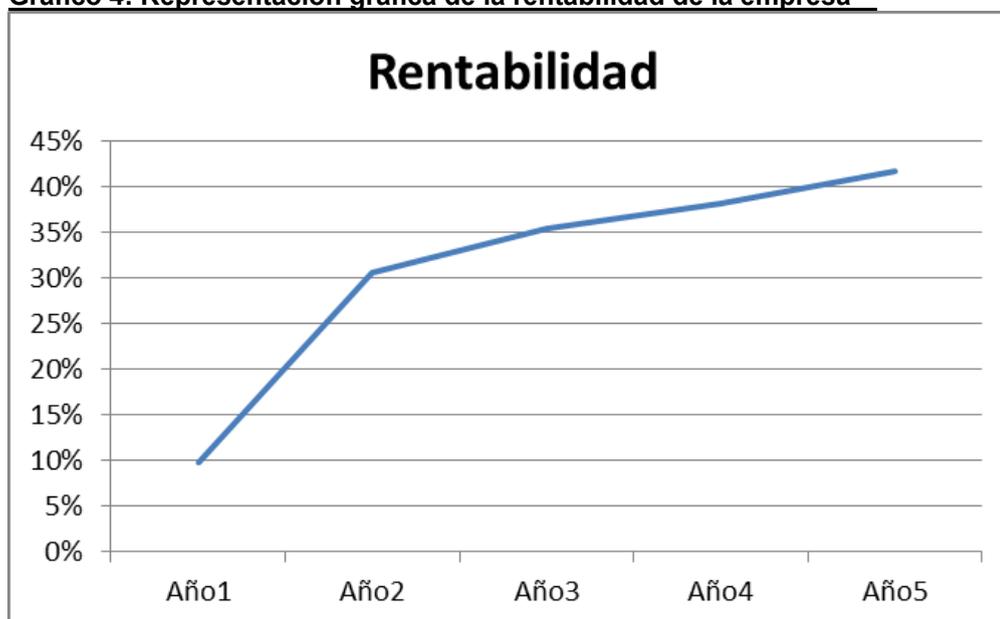
Rentabilidad económica=Beneficio antes de impuestos/Activo total

Tabla 15: Ratio de rentabilidad

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
resultado	7902,06	45872,02	61872,71	71686,19	81999,34
TOTAL ACTIVO	81055,61	150327,85	174283,29	187932,99	196860,39
ratio de rentabilidad	10%	31%	36%	38%	42%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: Representación gráfica de la rentabilidad de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Con este ratio podemos ver (gráfico 4 y tabla 15) como la eficiencia en la utilización de nuestros activos se ha visto incrementada en los 5 años, siendo este incremento moderado debido a que disponemos de mucha tesorería que de momento no estamos utilizando.

2. Riesgo

Ratio de garantía=Activo real/Pasivo exigible

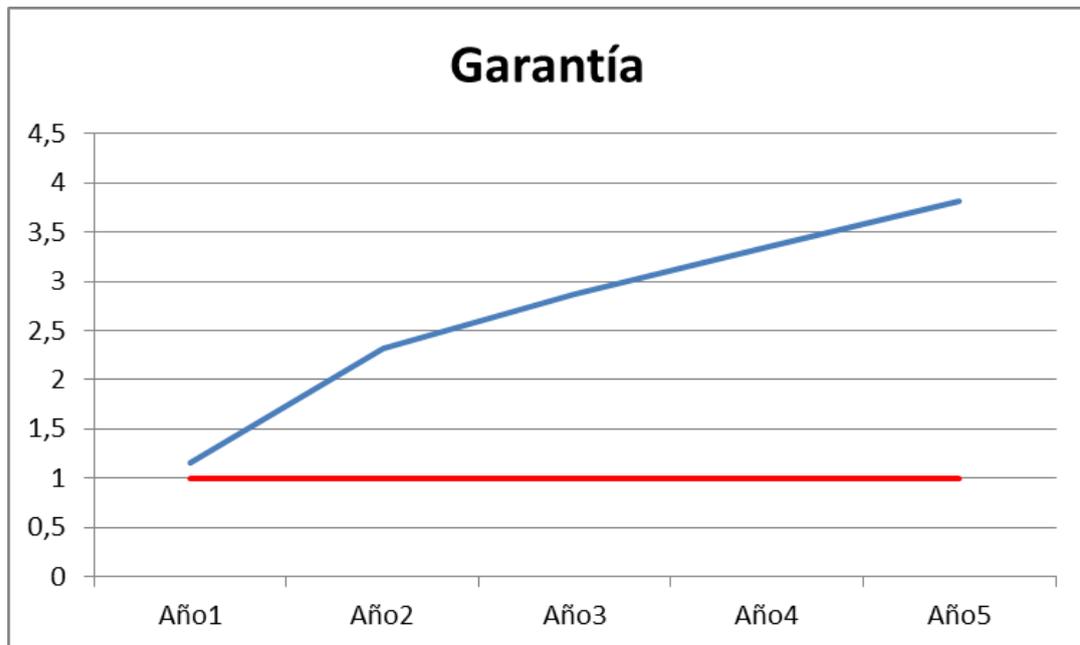
Este ratio expresa la capacidad de los activos de la empresa para hacer frente a todas sus deudas. Su valor, debe ser siempre mayor que la unidad.

Tabla 16: Ratio de garantía

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
TOTAL ACTIVO	81055,61	150327,85	174283,29	187932,99	196860,39
prestamos bancarios	69630,15	64938,45	60663,00	56110,05	51626,48
ratio de garantía	1,16	2,31	2,87	3,35	3,81

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Representación gráfica del ratio de garantía



Fuente: Elaboración propia

Con este ratio lo que se quiere demostrar es la capacidad que vamos a tener para poder hacer frente a nuestras deudas únicamente con nuestro activo, con lo que demostramos (tabla 16 y gráfico 5) tener capacidad económica de sobra para hacer frente a ellas, demostrando así la entereza de la empresa.

3. Liquidez

Ratio de Tesorería=Disponible+Realizable/Pasivo corriente

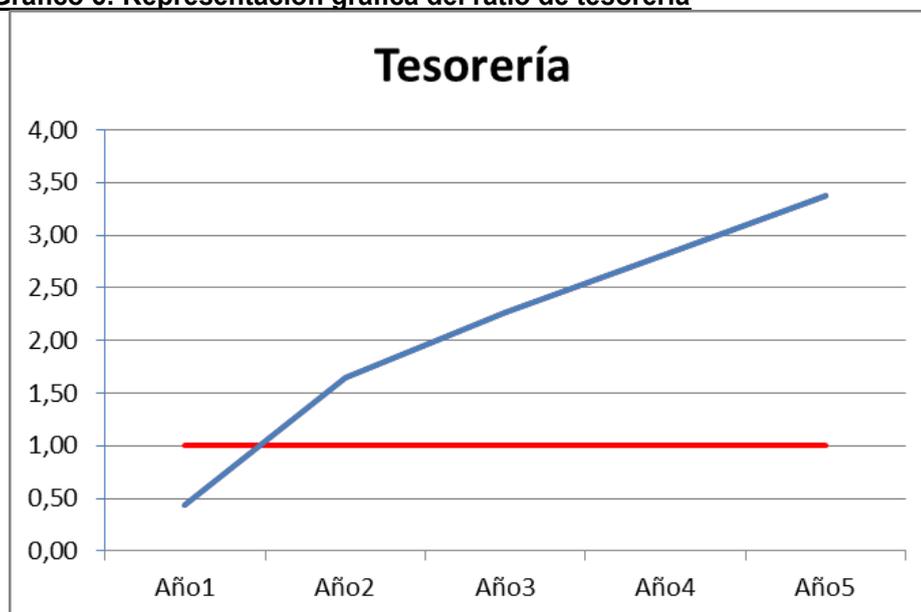
Este ratio muestra la liquidez disponible, el valor óptimo del ratio de solvencia está en torno a 1, lo que significa que el importe total del disponible más el realizable debe ser similar al montante de las deudas a corto plazo.

Tabla 17: Ratio de tesorería

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Disponib+Realizab.	30579,19	107029,14	137600,10	158240,12	174064,13
Pasivo Corriente	69630,15	64938,45	60663,00	56110,05	51626,48
ratio de tesorería	0,44	1,65	2,27	2,82	3,37

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6: Representación gráfica del ratio de tesorería



Fuente: Elaboración propia

Podemos ver (tabla 17 y gráfico 6) la progresión de liquidez disponible en la empresa, y como a partir del segundo año nuestra liquidez se empieza a disparar. Esto simplemente muestra la previsión estimada a 5 años, pues el valor óptimo es 1, todo lo que supere esta cifra, aunque significa tener liquidez, también significa tener desaprovechados los recursos de la empresa, pues se debería reinvertir, así pues una vez realizada la inversión la liquidez bajaría a valores en torno a 1.

X.8. VAN y TIR

El VAN (Valor Actual Neto), desarrollado en la tabla 18, con un tipo de interés del 14% a 5 años, nos da un resultado positivo de 524002,43, lo cual nos informa que la empresa está generando valor y que en un principio la idea es rentable.

Tabla 18: Valor actual neto

Inversion	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-78500	5198,72	26472,77	27356,15	28354,39	515120,39
Tasa Dto	0,14			VAN	524002,43

Fuente: Elaboración propia

La TIR (Tasa Interna de Retorno), desarrollado en la tabla 19, nos da un 58%, lo cual nos indica la rentabilidad de nuestro proyecto de tal forma que lo podríamos comparar con un interés a plazo fijo, pues habríamos dejado de lado la inflación o deflación.

Tabla 19: Tasa interna de retorno

Inversion	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-78500	5198,72	26472,77	27356,15	28354,39	515120,39
VAN	0			TIR	58%

Fuente: Elaboración propia

El valor residual de la empresa después de 5 años se estima en 486230.48€ tal y como se aprecia en el cálculo realizado en la tabla 20.

Tabla 20: Valor residual de la empresa

FCn	61499,51
k	0,14
g	0,01
FCn(1+g)	62237,50
k-g	0,13
Vn	486230,48

Fuente: Elaboración propia

A continuación detallo el cálculo del coste financiero K_0 :

Primero calculamos la rentabilidad esperada de los recursos propios (tabla 21)

Tabla 21: Rentabilidad de los recursos propios

Rf= Bonos del Estado a 10 años		Beta	PRM (Damoradan)	
Fecha	Rendimiento	0,88	Spain	6,77%
07/02/2020	0,28%			
CAPM=Rf+β*PRM				
				6,24%

Fuente: Elaboración propia

Ahora definimos el porcentaje de participación de cada parte en la financiación (tabla 22)

Tabla 22: Peso de los recursos sobre el total

Recursos propios	%
3500	4,46%
Recursos Ajenos TAE 7,26%	
75000	95,54%
Total	
78500	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Ahora calculamos el K_0 , el cual es el coste financiero de la inversión (tabla 23)

Tabla 23: Cálculo del coste financiero de la inversión

A= (CAPM*%recursos propios)
0,28%
B=(Kd*%Recursos Ajenos*(1-IS)
5,20%
Ko= A+B
5,48%

Fuente: Elaboración propia

Dado que el k correspondiente con nuestro coste de oportunidad es mayor (14%), que el coste financiero (5.48%) utilizaremos el coste de oportunidad para los cálculos.

XI. ASPECTOS FORMALES DE LA INICIATIVA

Forma de constitución:

Nuestra forma jurídica será de Sociedad Limitada Nueva Empresa. Será de un solo socio, es decir, el fundador. Esta forma jurídica ha sido elegida por varios motivos pero el principal es que cuenta con una responsabilidad limitada, es decir, tus bienes personales y los de tu empresa están diferenciados y sólo se responde con los bienes de la empresa y que su aportaciones iniciales tienen un mínimo de 3000 € por lo que se considera fácil montar el negocio. Además, requiere una fácil forma de puesta en funcionamiento y, al ser de nueva constitución, tendrá ventajas fiscales varias.

Trámites y aspectos legales:

Respecto a los procesos legales requeridos para la puesta en funcionamiento del negocio son muy estrictos y varios:

Se requiere cumplir:

- REAL DECRETO 2483/1986, de 14 de noviembre, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria sobre condiciones generales de transporte terrestre de alimentos y productos alimentarios de temperatura regulada. (BOE núm. 291 de 5 de diciembre, 2013)
- REAL DECRETO 237/2000, de 18 de febrero, por el que se establece las especificaciones técnicas que deben cumplir los vehículos especiales para el transporte terrestre de productos alimentarios a temperatura regulada y los procedimientos para el control de conformidad con las especificaciones. (BOE número 65 de 16 de marzo, 2000)
- REGLAMENTO (CE) núm. 37/2005 de la comisión, de 12 de enero de 2005, relativo al control de las temperaturas en los medios de transporte y los locales de depósitos y almacenamiento de alimentos ultra congelados destinados al consumo humano. (DOUE serie L número 10 de 13 de enero, 2005)
- Real decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución, y comercio de comidas preparadas. (BOE número 11 de 12 de enero, 2001)
- Reglamento (CE) número 852/2004 del parlamento europeo y del consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimentarios. (DOUE número 139, de 30 de abril, 2004)
- La ordenanza municipal reguladora de establecimientos y actividades que obliga a tener un establecimiento con aislamiento acústico, tomar medidas respecto a medio ambiente atmosférico. (BOP Valladolid número 3, de 4 de enero, 2019)

- La Ley 31/1995 de prevención de riesgos. Cumplimiento de unas condiciones constructivas, de emergencia y evacuación, prevención de incendios. (BOE número 269, de 29 de diciembre, 2014)
- Ley 11/1997 de 24 de abril, de envases y residuos de envases. (BOE número 99, de 25 de abril, 1997)
- Real decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios. (BOE número 11, de 12 de enero, 2001)
- Real decreto 176/2013 de 8 de marzo, por el que aprueba la reglamentación técnico-sanitaria sobre condiciones generales de almacenamiento frigorífico de alimentos. (BOE número 76, de 29 de marzo, 2013)
- Real decreto 3484/2000 de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas. (BOE número 11, de 12 de enero, 2001)
- Real decreto 191/2011 de 18 de febrero sobre el registro general sanitario de empresas alimentarias y alimentos. (BOE número 57, de 8 de marzo, 2011)
- Real decreto 109/2010, de 5 de febrero, por el que se establecen las normas generales a los manipuladores de alimentos. (BOE número 44, de 19 de febrero, 2010)
- Orden de 17 de marzo de 1988, que modifica la Orden de Presidencia del Gobierno de 21 de junio de 1983 sobre características de envases de conservas vegetales, zumos y derivados y platos preparados (cocinados) esterilizados. (BOE número 71, de 23 de marzo, 1988)
- Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas. (BOE número 11, de 12 de enero, 2001).

EN MATERIA DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL

- Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. (BOE número 255, de 24 de octubre, 2015)
- Real decreto 488/1998, de 27 de marzo por el que se desarrolla el artículo 11 del estatuto de los trabajadores en materias de contratos formativos. (BOE, número 85, de 9 de abril, 1998)
- Real decreto 2720/1998, de 18 de diciembre, por el que se desarrolla el artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores en materia de contratos de duración determinada. (BOE número 7, de 8 de enero, 1999)

- Real decreto 84/1996 de 26 de enero. Reglamento General sobre inscripción de empresas y afiliación de empresas y afiliación, altas, bajas y variaciones de datos de trabajadores en la seguridad social. (BOE número 50, de 27 de febrero, 1996)

Normas varias de prevención de riesgos laborales

SUBVENCIONES

- Contaremos con una subvención de la agencia de inversiones y servicios de castilla y león:
- Préstamo ICO
- Plan adelanta: programa de inversiones y creación de empresas 2011 para proyectos comprendidos entre 5000 y 900000€

XII. CONCLUSIONES

Como quedó patente en el objetivo del proyecto, el propósito de este trabajo de fin de grado, era crear una empresa desde cero y así poder demostrar los conocimientos adquiridos durante el grado. Hemos podido ver cómo se han utilizado todas las áreas necesarias para la creación de una empresa, incluyendo ramas como el derecho (iniciativa formal, regulaciones diversas...), publicidad (habiendo creado el logotipo de la empresa, habiendo desarrollado un plan de medios....), etc...

Una vez desarrollada la idea y sus aspectos formales, donde se ha explicado cada una de las decisiones que se han ido tomando y el porqué de una alternativa frente a otras, se ha realizado un estudio de mercado (donde hemos analizado la competencia y nos hemos posicionado con nuestros elementos diferenciadores), una propuesta de marketing (donde hemos estructurado cómo y de qué manera queremos ser vistos y recordados por nuestros clientes, así como el aprovechamiento de nuestras ventajas competitivas frente al resto de competidores) y un análisis financiero, intentando ser lo más fiel posible a la realidad actual y donde se han desarrollado todos los aspectos numéricos de la iniciativa y sus detalles.

Con la elaboración del plan económico-financiero, se ha podido demostrar con cifras, lo más realistas y ajustadas a la realidad actual, que el futuro de esta idea es posible, ya que al analizar los diferentes ratios, los cuales nos han mostrado los diferentes estados en los que se encuentra la empresa en diferentes momentos y teniendo en cuenta las diferentes variables, nos hemos dado cuenta que se han superado con creces las expectativas de desarrollo de este posible negocio.

Tras realizar este proyecto, donde se ha analizado la viabilidad y posible desarrollo de esta nueva empresa y después de ver los resultados de las previsiones, los cuales han mostrado estar por encima de la rentabilidad esperada por el mercado, podemos decir con cierta seguridad que la idea es factible y que podría llevarse a cabo, no solo sin peligrar la recuperación de la inversión, sino que además se obtendrían beneficios con una rentabilidad atractiva frente a otras alternativas más seguras de inversión.

XIII. BIBLIOGRAFÍA

- Anchor Packaging. (n.d.). *Anchor Packaging*. Retrieved 12 29, 2019, from Anchor Packaging: <https://bit.ly/369Atug>
- AQUAVALL. (n.d.). *AQUAVALL*. Retrieved 12 28, 2019, from AQUAVALL: <https://bit.ly/2Mmr1go>
- Ayuntamiento de Valladolid. (n.d.). *Ayuntamiento de Valladolid*. Retrieved 12 27, 2019, from Ayuntamiento de Valladolid: <https://bit.ly/2RDhxie>
- Banco Santander. (n.d.). *Banco Santander*. Retrieved 12 27, 2019, from Banco Santander: <https://bit.ly/37VinhY>
- Boletín Oficial del Estado. (n.d.). *Boletín Oficial del Estado*. Retrieved 12 26, 2019, from Boletín Oficial del Estado: <https://bit.ly/2RaiaRz>
- CLUBDELASESOR. (n.d.). *CLUBDELASESOR*. Retrieved 12 23, 2019, from CLUBDELASESOR: <https://bit.ly/2MR77t0>
- Convenios Colectivos .net. (n.d.). *Convenios Colectivos .net*. Retrieved 12 23, 2019, from Convenios Colectivos .net: <https://bit.ly/30AQEj4>
- El Español. (n.d.). *El Español*. Retrieved 07 21, 2020, from El Español: <https://bit.ly/348Uxhq>
- Empresa 10. (n.d.). *Empresa 10*. Retrieved 12 27, 2019, from Empresa 10: <https://bit.ly/3aqQC1R>
- Frutas y Hortalizas ES-MO. (n.d.). *Frutas y Hortalizas ES-MO*. Retrieved 12 27, 2019, from Frutas y Hortalizas ES-MO: <https://bit.ly/37bx3Zp>
- INFOAUTONOMOS. (n.d.). *INFOAUTONOMOS*. Retrieved 12 27, 2019, from INFOAUTONOMOS: <https://bit.ly/2o3OUgm>
- Instituto Nacional de Estadística. (n.d.). *Instituto Nacional de Estadística*. Retrieved 12 29, 2019, from Instituto Nacional de Estadística: <https://bit.ly/30D32iu>
- Makro. (n.d.). *Makro*. Retrieved 12 26, 2019, from Makro: <https://bit.ly/2Rweusl>
- Martin & Geijo. (n.d.). *Martin & Geijo*. Retrieved 12 27, 2019, from Martin & Geijo: <https://bit.ly/2G8W37A>
- Noticias Jurídicas. (n.d.). *Noticias Jurídicas*. Retrieved 12 28, 2019, from Noticias Jurídicas: <https://bit.ly/2NKiDaO>
- Oblicua Publicidad. (n.d.). *Oblicua Publicidad*. Retrieved 12 27, 2019, from Oblicua Publicidad: <https://bit.ly/2v6x6Yk>
- Organización Mundial de la Salud. (n.d.). *Organización Mundial de la Salud*. Retrieved 12 28, 2019, from Organización Mundial de la Salud: <https://bit.ly/2TliOqT>
- PORTALDELCOMERCIANTE. (n.d.). *PORTALDELCOMERCIANTE*. Retrieved 12 27, 2019, from PORTALDELCOMERCIANTE: <https://bit.ly/2qowbAb>
- Programa Adelanta. (n.d.). *Programa Adelanta*. Retrieved 12 27, 2019, from Programa Adelanta: <https://bit.ly/2ugpe6d>
- Recursos Estadísticos. (n.d.). *Recursos Estadísticos*. Retrieved 12 29, 2019, from Recursos Estadísticos: <https://bit.ly/2Rx1B0Z>
- Soysocialya. (n.d.). *Soysocialya*. Retrieved 12 28, 2019, from Soysocialya: <https://bit.ly/2TFhR2J>
- Super Contable. (n.d.). *Super Contable*. Retrieved from Super Contable: <https://bit.ly/30AS7WC>
- Valladolid en Cifras. (n.d.). *Valladolid en Cifras*. Retrieved 12 28, 2019, from Valladolid en Cifras: <https://bit.ly/38jV4gQ>
- Wikipedia. (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved 12 27, 2019, from Wikipedia: <https://bit.ly/36clb8e>
- Zetaestáticos. (n.d.). *Zetaestáticos*. Retrieved 12 26, 2019, from Zetaestáticos: <https://bit.ly/2G7DgJY>

XIV. ANEXOS

Anexo 1:

Imagen 3: Logotipo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2:

Imagen 4: Ejemplo de tarjeta de visita



Fuente: Elaboración propia

Anexo 3.

Tabla 24: Plan de amortización del préstamo

año	mes	interes pagado	capital pagado	balance	año	mes	interes pagado	capital pagado	balance
1	1	€37.50	€33.31	€4,566.69	6	1	€56.54	€14.28	€3,363.55
1	2	€34.97	€35.84	€4,130.85	6	2	€52.95	€17.86	€2,745.69
1	3	€32.43	€38.38	€3,692.46	6	3	€49.35	€21.46	€2,124.22
1	4	€29.87	€40.94	€3,251.52	6	4	€45.72	€25.09	€1,499.13
1	5	€27.30	€43.51	€2,808.01	6	5	€42.08	€28.74	€0,870.40
1	6	€24.71	€46.10	€2,361.91	6	6	€38.41	€32.40	€0,238.00
1	7	€22.11	€48.70	€1,913.20	6	7	€34.72	€36.09	€9,601.90
1	8	€19.49	€51.32	€1,461.88	6	8	€31.01	€39.80	€8,962.10
1	9	€16.86	€53.95	€1,007.93	6	9	€27.28	€43.53	€8,318.57
1	10	€14.21	€56.60	€0,551.33	6	10	€23.52	€47.29	€7,671.28
1	11	€11.55	€59.26	€0,092.07	6	11	€19.75	€51.06	€7,020.21
1	12	€08.87	€61.94	€9,630.12	6	12	€15.95	€54.86	€6,365.35
Total para el año 1		€5,079.89	€5,369.88	€9,630.12	Total para el año 6		€2,837.29	€7,612.47	€6,365.35
2	1	€06.18	€64.64	€9,165.49	7	1	€12.13	€58.68	€5,706.67
2	2	€03.47	€67.35	€8,698.14	7	2	€08.29	€62.52	€5,044.14
2	3	€00.74	€70.07	€8,228.06	7	3	€04.42	€66.39	€4,377.75
2	4	€98.00	€72.82	€7,755.25	7	4	€00.54	€70.28	€3,707.48
2	5	€95.24	€75.57	€7,279.67	7	5	€96.63	€74.19	€3,033.29
2	6	€92.46	€78.35	€6,801.32	7	6	€92.69	€78.12	€2,355.17
2	7	€89.67	€81.14	€6,320.18	7	7	€88.74	€82.08	€1,673.10
2	8	€86.87	€83.95	€5,836.24	7	8	€84.76	€86.05	€0,987.04
2	9	€84.04	€86.77	€5,349.47	7	9	€80.76	€90.06	€0,296.99
2	10	€81.21	€89.61	€4,859.86	7	10	€76.73	€94.08	€9,602.91
2	11	€78.35	€92.46	€4,367.40	7	11	€72.68	€98.13	€8,904.78
2	12	€75.48	€95.34	€3,872.06	7	12	€68.61	€02.20	€8,202.57
Total para el año 2		€8,691.70	€8,758.06	€3,872.06	Total para el año 7		€2,286.99	€8,162.78	€8,202.57
3	1	€72.59	€98.23	€3,373.83	8	1	€64.52	€06.30	€7,496.27
3	2	€69.68	€01.13	€2,872.70	8	2	€60.39	€10.42	€6,785.86
3	3	€66.76	€04.06	€2,368.64	8	3	€56.25	€14.56	€6,071.29
3	4	€63.82	€07.00	€1,861.65	8	4	€52.08	€18.73	€5,352.56
3	5	€60.86	€09.95	€1,351.69	8	5	€47.89	€22.92	€4,629.64
3	6	€57.88	€12.93	€0,838.77	8	6	€43.67	€27.14	€3,902.50
3	7	€54.89	€15.92	€0,322.84	8	7	€39.43	€31.38	€3,171.12
3	8	€51.88	€18.93	€9,803.91	8	8	€35.16	€35.65	€2,435.47
3	9	€48.86	€21.96	€9,281.96	8	9	€30.87	€39.94	€1,695.53
3	10	€45.81	€25.00	€8,756.95	8	10	€26.56	€44.26	€0,951.27
3	11	€42.75	€28.06	€8,228.89	8	11	€22.22	€48.60	€0,202.67
3	12	€39.67	€31.15	€7,697.74	8	12	€17.85	€52.96	€9,449.71
Total para el año 3		€8,275.45	€8,174.32	€7,697.74	Total para el año 8		€1,696.90	€8,752.87	€9,449.71
4	1	€36.57	€34.24	€7,163.50	9	1	€13.46	€57.36	€8,692.35
4	2	€33.45	€37.36	€6,626.14	9	2	€09.04	€61.77	€7,930.58
4	3	€30.32	€40.49	€6,085.65	9	3	€04.60	€66.22	€7,164.36
4	4	€27.17	€43.65	€5,542.00	9	4	€00.13	€70.69	€6,393.67
4	5	€23.99	€46.82	€4,995.18	9	5	€5.63	€75.18	€5,618.49
4	6	€20.81	€50.01	€4,445.17	9	6	€1.11	€79.71	€4,838.78
4	7	€17.60	€53.22	€3,891.96	9	7	€6.56	€84.25	€4,054.53
4	8	€14.37	€56.44	€3,335.51	9	8	€1.98	€88.83	€3,265.70
4	9	€11.12	€59.69	€2,775.82	9	9	€7.38	€93.43	€2,472.27
4	10	€07.86	€62.95	€2,212.87	9	10	€2.75	€98.06	€1,674.21
4	11	€04.58	€66.24	€1,646.63	9	11	€8.10	€02.71	€0,871.49
4	12	€01.27	€69.54	€1,077.09	9	12	€3.42	€07.40	€0,064.10
Total para el año 4		€8,829.11	€8,620.66	€1,077.09	Total para el año 9		€1,064.15	€8,385.61	€0,064.10
5	1	€97.95	€72.86	€0,504.22	10	1	€8.71	€12.11	€0,251.99
5	2	€94.61	€76.21	€9,928.02	10	2	€3.97	€16.84	€8,435.15
5	3	€91.25	€79.57	€9,348.45	10	3	€9.21	€21.61	€7,613.54
5	4	€87.87	€82.95	€8,765.50	10	4	€4.41	€26.40	€6,787.14
5	5	€84.47	€86.35	€8,179.16	10	5	€9.59	€31.22	€5,955.92
5	6	€81.05	€89.77	€7,589.39	10	6	€4.74	€36.07	€5,119.84
5	7	€77.60	€93.21	€6,996.18	10	7	€9.87	€40.95	€4,278.90
5	8	€74.14	€96.67	€6,399.51	10	8	€4.96	€45.85	€3,433.04
5	9	€70.66	€00.15	€5,799.36	10	9	€0.03	€50.79	€2,582.26
5	10	€67.16	€03.65	€5,195.71	10	10	€5.06	€55.75	€1,726.51
5	11	€63.64	€07.17	€4,588.54	10	11	€0.07	€60.74	€65.76
5	12	€60.10	€10.71	€3,977.82	10	12	€6.05	€65.76	€0.00
Total para el año 5		€8,350.50	€7,099.26	€3,977.82	Total para el año 10		€85.67	€0,064.10	€0.00

Fuente: Elaboración propia

