

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO “PLAN DE EMPRESA AGRIGAL S.L.”

Susana Galván Argüello

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, JULIO 2021**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO FIN DE GRADO

“PLAN DE EMPRESA AGRIGAL S.L.”

Trabajo presentado por:
Susana Galván Argüello

Firma:

Tutor:
José Antonio Salvador Insúa

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, Julio 2021

Agradecimientos

En primer lugar quisiera agradecer el interés y la disposición que ha mostrado mi tutor, José Antonio Salvador Insúa, para hacer posible la realización de este TFG ya que sin su ayuda no hubiera sido posible.

A toda la plantilla de profesores que forman la Facultad de Comercio porque con su paciencia y dedicación día a día nos han ido enseñando durante todos estos años para que podamos llegar al éxito.

A mi familia y amigos por su apoyo, cariño y comprensión.

Índice

1. Objetivo del proyecto	1
2. Promotores.....	2
3. Descripción de la actividad: producto o servicio.....	3
4. Análisis del mercado	5
4.1 Análisis interno	5
4.1.1 Proyecto empresarial	5
4.1.2 Capacidades de los promotores	7
4.2 Análisis externo	8
4.2.1 Macroentorno	8
4.2.2 Microentorno	10
4.3 Análisis DAFO	13
4.3.1 Estrategias a desarrollar	13
5. Plan de producción	17
5.1 Funcionamiento del sector agrario	17
6. Plan de Marketing	20
6.1 Objetivos de marketing	20
6.1.1 Objetivos cualitativos	21
6.1.2 Objetivos cuantitativos	21
6.2 Estrategias de marketing.....	21
6.2.1 Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización.....	21
6.2.2 Estrategias de segmentación.....	21
6.2.3 Estrategias de posicionamiento	22
6.2.4 Estrategias de fidelización	22
6.3 Estrategias comerciales.....	23
6.3.1 Estrategia del producto	23
6.3.2 Estrategia de precio	23
6.3.3 Estrategia de distribución.....	24
6.3.4 Estrategia de comunicación	24
7. Ubicación e infraestructuras.....	25
8. Organización y Recursos Humanos.....	27
8.1 Plan de contrataciones y desarrollo de competencias.....	27
8.2 Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento.	28
8.3 Sistema de retribución	29
9. Plan económico – financiero	30
9.1 Plan de inversiones	30

9.2	Plan de financiación.....	31
9.3	Balance provisional	32
9.4	Cuenta de resultados previsional	33
9.5	Cuenta de resultados previsional	33
10.	Aspectos formales	34
10.1	Elección de la forma jurídica.....	34
10.2	Trámites para la constitución de la sociedad.....	34
10.3	Escritura de constitución de la sociedad.....	35
10.4	Estatutos.....	40
11.	Calendario de ejecución	49
12.	Bibliografía.....	50

1. Objetivo del proyecto

AgriGal SL es una iniciativa empresarial ubicada en Medina de Rioseco (Valladolid), más concretamente, en la calle Valdevida nº 4 en un polígono industrial ganadero. Se sitúa en una parcela que consta de 3 naves y una oficina.

Dicha iniciativa se dedicará a la compra-venta de cereales y leguminosas tales como cebada, trigo, lentejas, vezas, triticale, a parte de algunos tipos de abonos y herbicidas.

La fecha de inicio de la actividad será llevada a cabo en julio de 2021 debido a que puede considerarse como la fecha idónea pues coincide con el período de cosecha y es cuando más venden los agricultores sus cereales ya que muchos de ellos no poseen de naves en las que almacenarlo, lo cual lo venden a los almacenistas.

Por otro lado, ha sido seleccionada la forma jurídica Sociedad Limitada debido a que es la que menos requisitos solicita para poder crear una sociedad.

Como objetivo principal del proyecto será la de comercializar productos agrícolas, abonos y semillas para todo aquel consumidor interesado en ello llegando a colocarse como uno de los líderes del sector regional. A corto plazo, se pretende conseguir ser conocido en la localidad y alrededores donde se ubicará la empresa de tal manera que los esfuerzos y la buena disciplina hagan de la empresa, la primera opción para todo interesado.

Con el paso de los años, ya en el largo plazo (5 años), se irán desarrollando las dotes comerciales como para poder conseguir nuevos contratos fuera de la provincia, siendo de muy importante tarea conseguir firmar acuerdos por toda España.

El sector agrícola, hoy en día, se considera como un sector en auge ya que las personas necesitamos de un agricultor para comer, por este motivo es un sector que siempre tiende a ir bien, a tener ganancias.

2. Promotores

El principal promotor será Susana Galván Argüello con DNI 71176728P cuyo domicilio se encuentra en la C/ Nueva, nº16 en Medina de Rioseco (Valladolid).

Susana Galván es graduada en Comercio por la Universidad de Valladolid y cuenta con experiencia profesional en este negocio, pues su familia contaba con un almacén de compra-venta de abonos y cereales y desde pequeña veía y ayudaba en lo que podía al desarrollo del negocio familiar.

También los meses de verano, durante 3 años, mientras estudiaba la carrera trabajaba como administrativo bancario en el Banco Santander realizando las funciones diarias de caja.

Nunca estaba parada, siempre aprendiendo y ampliando su experiencia laboral.

Otro verano trabajó de administrativo en una empresa de venta de productos cárnicos en la que también aprendió mucho.

Y, para finalizar, realizó las prácticas en Harinas Emilio Esteban, donde vió realmente el proceso de como entra un camión y descarga el cereal, a cómo sale un camión ya con harina.

Es una persona muy sociable, rodeada siempre de personas del mundo de la agricultura y siempre atenta y aprendiendo de todo lo que escucha a los agricultores.

Es por esto último, que haya tenido la idea de crear su propio negocio pues su familia por motivos de salud tuvo que cerrarlo. Cuenta con las cualidades necesarias para poder desarrollar eficientemente la actividad, cualidades como conocimiento del mercado y de los productos que mayor eficiencia se podrá obtener y habilidades comerciales para adquirir tanto los abonos como los cereales de forma mayorista ya que cuenta con todos los contactos que tenía su familia.

En caso de necesidad para una mejor gestión e incluso para mayor conocimiento del mercado, contará con la ayuda de su padre, quien tiene experiencia en la materia y amplios conocimientos del negocio.

3. Descripción de la actividad: producto o servicio

La actividad se centrará en comprar y vender en su gran mayoría cereales y abonos. La idea es ofrecer las principales variedades de cereales como son veza, lentejas, avena, triticale, cebada y trigo:

- Veza: esta leguminosa es un forraje que se utiliza sobre todo en rumiantes donde se mezcla con otros alimentos llegando a ser el 25% de la composición de la comida que suelen tomar estos mamíferos. Recomiendan medir muy bien cuáles serán las dosis pues dependiendo de cuál sea el animal, la cantidad variará.
- Lentejas: otro leguminosa escogida es la lenteja debido a su gran aporte nutriente ya que es capaz de aportar carbohidratos, grasas “buenas” lo que reduce los niveles de colesterol y proteína, siendo el aporte proteico uno de los mejor considerados. Otra característica de este cereal es que es alto en fibra, lo que favorecerá una buena salud intestinal y digestiva al consumidor humano.

Por último, tiene un alto componente en hierro que es de suma importancia para la producción de las células de la sangre.

- Avena: este cereal será de suma importancia debido a que se incluye en numerosas dietas debido al alto contenido en fibra, lo que hace reducir los niveles de ansiedad y cansancio, evitando las comidas entre horas. Cuenta con los niveles más altos de proteína entre los cereales y es muy rica en minerales y vitamina B. Se utiliza tanto para consumo humano como para animales.

Con todo ello, además ayuda a controlar el azúcar, a reducir el colesterol, protege de todo tipo de cáncer, así como ayuda a fortalecer la musculatura.

- Triticale: este cereal es resultante entre la unión artificial del trigo y del centeno. Posee una alta calidad y contenido proteico ya que combina las características de los cereales anteriormente mencionados. Es utilizado tanto para consumo humano como para animal.

Es perfecto para el control de la diabetes pues su fibra ayuda a controlar los niveles de azúcar en sangre además de ayudar en la digestión. Aumenta la producción celular a través de su aporte proteico y a reducir el asma y afecciones de la piel gracias al manganeso que posee.

- Cebada: contiene elementos que ayudan a eliminar el colesterol malo, actúa como antiséptico intestinal, elimina el estreñimiento, ayuda a la limpieza del colon y el estómago e incluso ayuda al crecimiento.

Es el cereal más utilizado para la mezcla de piensos de consumo animal.

- Trigo: entre muchas de sus características, ayuda a reducir la diabetes, regula el tránsito intestinal y previene enfermedades cardiovasculares. Como otros beneficios, ayuda a fortalecer el cabello y las uñas, así como ayuda a regular el sistema inmune.

Los cereales que compraremos serán de buena calidad ya que serán revisados antes de adquirirlos fijándonos principalmente en el grano, su peso específico y el tipo de cereal.

Por ejemplo, la cebada es un cereal pero existen diferentes tipos de cebada:

- Cebada de 2 carreras, es decir, su espiga tiene 2 filas. Dentro de estas hay varias razas por así decirlo, como meseta, traveller, Sandra, etc.
- Cebada de 6 carreras, su espiga tiene 6 filas. Dentro de estas hay varias razas que son, cavallar, amarado, nube. Son más delicadas que las de 2 carreras pero tienen más producción.

Los abonos que adquiriremos para vender a nuestros clientes serán de las mejores calidades del mercado, ya que el abono es un componente principal e importante para el tratamiento de la tierra.

En este sector los competidores se diferencian unos de otros principalmente en los precios. Se suele seguir expresando los precios en pesetas, y dependiendo de la empresa puedes encontrar por ejemplo la cebada 1 peseta más o una menos.

Los precios de los cereales serán consultados de forma rutinaria en la lonja de Salamanca:

- [http://www.dipsanet.es/Aplicaciones/GestorInter.jsp?prestacion=Lonja&funcion=B
usquedaCotizacion](http://www.dipsanet.es/Aplicaciones/GestorInter.jsp?prestacion=Lonja&funcion=BusquedaCotizacion)

4. Análisis del mercado

4.1 Análisis interno

4.1.1 Proyecto empresarial

Me parece un proyecto innovador ya que poca gente joven se atreve a emprender y sobretodo en este sector. Es algo que el pueblo necesita ya que solamente existe una cooperativa, que es Coproga.

Se diferenciaría del resto porque daría un servicio cercano, profesional y de calidad. Tanto los clientes como los proveedores lo que buscan es tratar con personas que se involucren de pleno en el trato con ellos.

Inicialmente no se necesitaría mucho capital ya que se alquilarán las instalaciones junto con 2 abonadoras que se alquilarán a los clientes para que puedan esparcir el abono en las tierras.

Ofreceremos y asesoraremos a nuestros clientes con un amplio abanico de posibilidades dentro de los productos que soliciten.

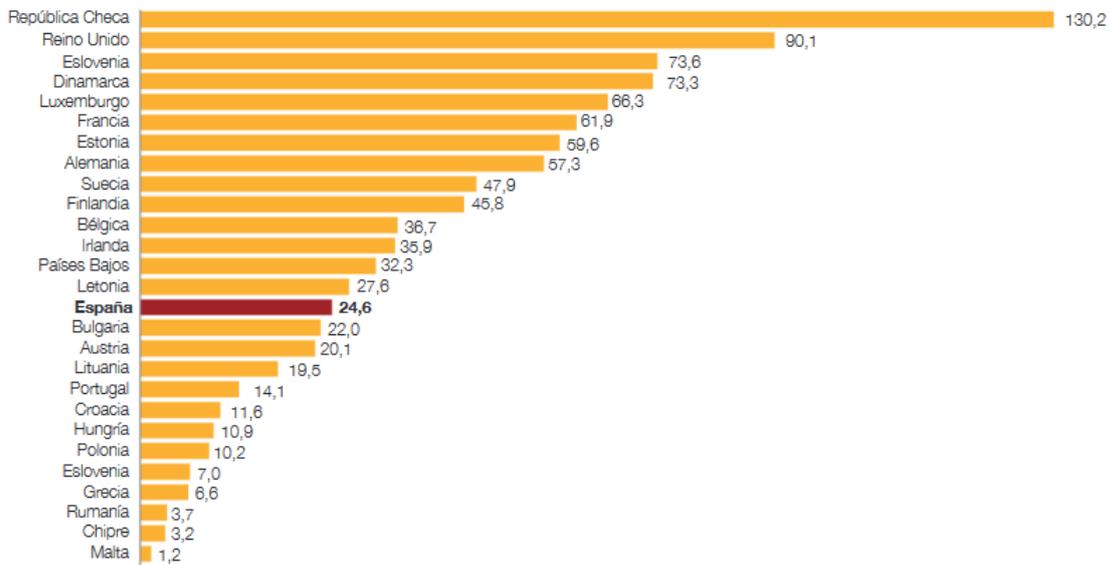
Las explotaciones agrícolas en España tienen un tamaño muy pequeño y son en su gran mayoría de carácter familiar (93%). Además, de entre todas las personas dedicadas al sector agrícola, un 69% se dedica a otras actividades y tiene la explotación como un complemento, según una encuesta realizada por el INE.

A través del siguiente gráfico podremos observar la superficie media en explotación por países.

Gráfico 1. Ranking por países por tamaño medio de explotación

Figura 17. Ranking de países por tamaño medio por explotación (hectáreas, 2016)

Fuente: Estructura de las explotaciones, Eurostat.



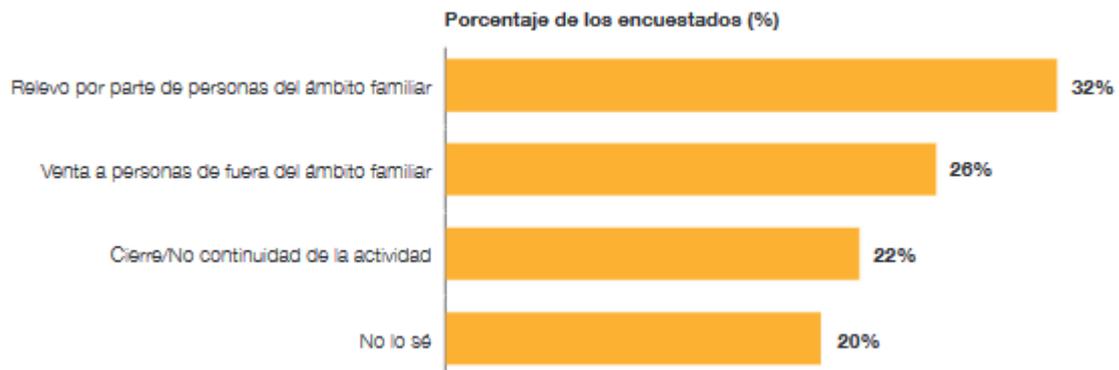
Nota: Superficie agrícola útil (SAU) entre el número de explotaciones.

Fuente: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/assets/informe-sector-agricola-espanol.pdf>

Por otro lado, respecto a una encuesta realizada por PwC, donde se pregunta acerca del futuro de la explotación que poseen o en la que trabajan, un 22% de los encuestados creen que cerrarán o no continuarán la actividad.

Gráfico 2. Encuesta sobre continuidad de explotación

Fuente: Encuesta de PwC.



Fuente: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/assets/informe-sector-agricola-espanol.pdf>

Además, dependiendo del tamaño de la explotación se conseguirá mayores resultados. Así, por ejemplo, las explotaciones más grandes son capaces de generar el 18% total por sí solas.

No todo son malas noticias, pues España ha hecho grandes avances en cuanto al desarrollo de labores agrícolas, uso de fertilizantes y nuevos avances tecnológicos. Últimamente, se está avanzando en robots, sensores, aplicaciones software especializado como es el SIG (Sistemas de Información Geográfica) que sirve para monitorizar y gestionar la explotación.

Dentro de toda la inversión realizada en los últimos años destaca la realizada en sanidad vegetal que protege a los cultivos frente a plagas o enfermedades, fertilizantes e incluso en técnicas de edición genética, aunque España se encuentra muy por detrás en el gasto en I+D con respecto a los países europeos.

Concluyendo, este sector se encuentra en expansión ya que hay una alta demanda de alimentos que si el agricultor no cultiva no se podrán consumir.

4.1.2 Capacidades de los promotores

Entre las diferentes capacidades de que dispone la promotora, encontramos toda la información y formación que le ha ido dando su padre desde que era pequeña pues siempre ha intentado ayudar en el negocio familiar desde que ha sido posible. Es por ello que tiene conocimientos tanto del sector, de los productos que quiere ofrecer al mercado, de la maquinaria necesaria para conseguir el producto final, así como de las cualidades de los empleados que le ayuden en su labor.

Desde su entrada en el negocio familiar, fue tutelada por su padre para poder dirigir el negocio en un futuro lo que, sumado a los conocimientos y experiencia adquirida hasta el cierre del negocio familiar, hará de ella una buena promotora para el proyecto en cuestión.

Por último, a través del grado en comercio, la promotora ha podido adquirir las habilidades técnicas básicas para poder desarrollar las finanzas de la empresa. Además, contará con la ayuda de su padre, así como de un gestor que ayudó en su momento a la empresa familiar.

4.2 Análisis externo

4.2.1 Macroentorno

A través de un comunicado del secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda, se expresaba que debido a la pandemia del coronavirus se están facilitando numerosas ayudas para atraer a la próxima generación al sector. Pese a ello, son insuficientes los números actuales (12.500 nuevos jóvenes entre 2014 y 2020).

El principal problema proviene de que, del total de los empleados del sector agrario, el 60% tienen en torno a 55 años, lo que hará que en 10 años se jubilen. Añadido a eso, resulta muy poco rentable dedicarse a este sector.

Por ejemplo, el gobierno modificó la ley de la cadena agroalimentaria a principios del año 2020 donde se prohibía la venta a pérdidas y aún está pendiente de someterse a nuevas revisiones que la acoplen a la normativa europea. Las relaciones con los siguientes eslabones (industria) suelen ser muy complicadas y por lo general, tienden a la baja en detrimento del agricultor.

Además de todos estos datos, hay que incluir que cada año asalta la incertidumbre de cómo será el año hidrológico ya que de él depende la calidad y cantidad de las cosechas.

Para evitar males mayores, España cuenta con una de las mejores líneas de seguro agrario que ayudan a amortiguar cualquier pérdida proveniente de un factor meteorológico.

Otro factor a tener en cuenta es el del Brexit que aún no se sabe cómo y cuándo se llevará a cabo y es de suma importancia para muchos productos del sector.

No podemos olvidar, además, que la pandemia aún sigue en el aire y los cambios en los patrones del día a día, no solo del consumidor, sino de los propios productores, ha hecho que mengüe mucho los resultados obtenidos.

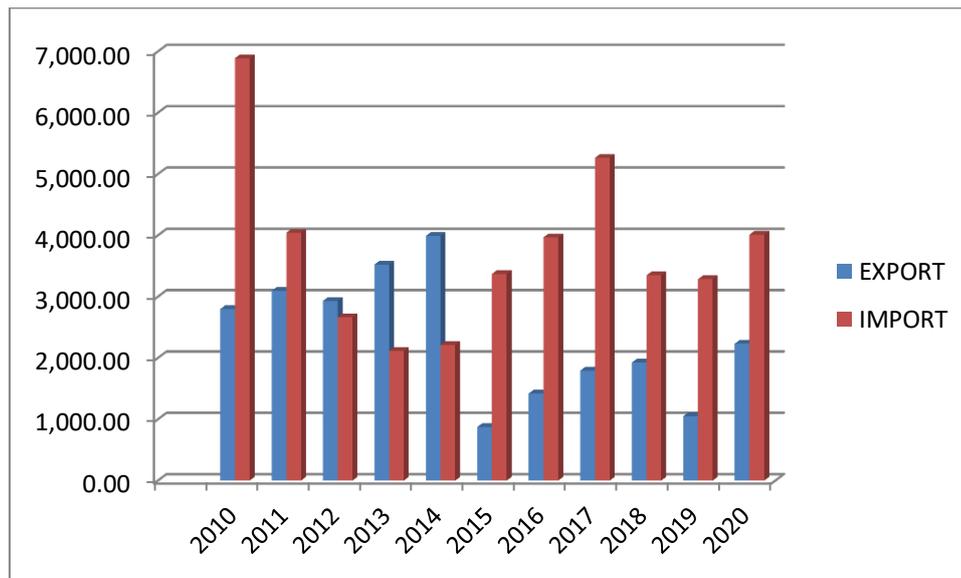
Como ya se mencionó anteriormente, se debe facilitar el acceso a aquellos emprendedores que quieran formar parte del sector agrícola y vivir de ello. Es de extrema dificultad partir de cero para instalarse en el sector y si hay jóvenes que se dediquen a ello es debido a la herencia que han obtenido de sus padres u otros familiares.

Es un sector que supone un importante esfuerzo físico sin importar el tiempo que haga e incluso que no entienda de festivos, además de posiblemente no obtener una rentabilidad. Por último, el sector es más complicado de llevar debido a las nuevas normativas sobre el Pacto Verde Europea y la estrategia “De la granja a la mesa” las cuales buscan prácticas medioambientales más sostenibles.

En el siguiente gráfico podemos observar las exportaciones e importaciones de cereal realizadas desde Valladolid con el resto del mundo.

Claramente vemos que se importa más de lo que se exporta desde nuestra provincia, pero también observamos que en los años 2012, 2013 y 2014 esto cambia y se exporta más de lo que se importa. Esto es debido a que dependiendo del clima en unos sitios se recolecta más que en otros o en algunos ni siquiera pueden llegar a recoger los frutos por el mal clima.

Gráfico exportación e importación Valladolid-Mundo



Fuente: Datacomex

La población mundial es de 7.900 millones de personas que necesitan alimentarse día a día y para poder llevarnos esos alimentos a la boca necesitamos principalmente de la figura del agricultor ya que existe una alta demanda de alimentos.

4.2.2 Microentorno

4.2.2.1 *Clientes potenciales*

La idea es ofrecer estos productos principalmente a clientes residentes en la provincia de Valladolid y que sobre todo busquen cereales al peso, además de conseguir una buena alimentación para el ganado pues los cereales ofrecidos son muy buenos para dichos fines. Como tal, el público objetivo serán aquellos que por un lado, estén interesados en adquirir cereales para consumo propio o producirlos de forma autónoma, y aquellos que busquen alimentar a su ganado.

La cebada, veza y triticale se venderían a fábricas de piensos de la zona como Cobadu. El trigo se vendería a harineras o fábricas de pienso como Harinas Emilio Esteban de la que se tiene una estrecha relación.

Aunque también se venderán a ganaderos para alimentar su ganado.

Los abonos se venderán a los agricultores para que abonen sus tierras.

La ventaja que tenemos es que contamos con la cartera de clientes que tenía mi padre, los cuales eran lo suficientes como para tener buenas ganancias.

4.2.2.2 *Análisis de la competencia*

Dentro de los competidores que nos encontraremos en la zona son:

- Coproga, cooperativa localizada en Medina de Rioseco que se dedica al comercio al por mayor de cereales y similares, plantas, abonos, sustancias fertilizantes, plaguicidas, animales vivos y tabaco.

La misma, fue constituida en 1987 y busca como fin último la mejora del cooperativismo agrario de Castilla y León. Además, cuenta con varios premios “Manojo” por su excelente vino.

- Agroaguilar, dedicado a la compra venta de cereales y abonos. Cuenta con presencia en todo el territorio español y fue fundada en 1976 en Galicia. Buscan ofrecer ayuda a los agricultores de la zona ofreciéndoles sus propios servicios de asesoramiento y ofreciendo soluciones.

4.2.2.3 Proveedores

- Castle Agroindustrial, S.A.: empresa líder en el sector de comercio y distribución de componentes para maquinaria agrícola, industrial y forestal. Poseen experiencia tanto a nivel nacional como internacional. Se encuentran ubicados en un polígono industrial de Valladolid.
- Alfersan, Maquinaria Agrícola: empresa dedicada a la importación, venta, servicio técnico y suministro de piezas de repuesto para maquinaria agrícola de proveedores europeos. Ofrecen asesoramiento técnico y comercial junto al servicio de garantía y piezas de recambio. Fue fundada en 1980 y está ubicada en un polígono industrial de Valladolid.
- Fertiberia: empresa dedicada a la comercialización de productos fertilizantes, abonos, productos industriales, para jardín, agricultura y sector industrial. Fue fundada en 1995 y está ubicada en Madrid capital.

A través de ellos, venderíamos a su vez a nuestros clientes el abono de tipo 8-15-15 (0,53 €/kg) comprado / (0,58 €/kg) vendido y 8-24-8 (0,26 €/kg) comprado / (0,32 €/kg) vendido.

- Urbón agrícola: Fue creada en 1985 y se dedican a la venta y servicio de maquinaria agrícola. Trabajan con las mejores marcas y con gran prestigio debido a sus años de experiencia.

4.2.2.4 Barreras de entrada

Como punto de partida, hay un exceso de demanda por parte del consumidor lo que hará que se duplique la cantidad solicitada para el año 2050. El problema radica en que los agricultores presentes se aferran a seguir utilizando prácticas “medievales” cuando la cantidad de agua y suelo irá reduciendo.

Otra barrera a la entrada son las limitaciones de la propia tierra pues por ejemplo en EEUU la tasa de inflación la hizo aumentar un 150% entre 2004-2018. Otro hándicap es la dificultad para obtenerla debido al alto precio y sin opciones apenas de financiación.

Como parte del relevo generacional, los cambios tecnológicos que están por llegar, la compra de maquinaria especial, así como la implantación de nuevas técnicas, son aspectos que resultan muy costosos.

Otro problema a la hora de entrar en este mercado es que suele faltar educación y experiencia. La gran mayoría de los operarios del sector apenas cuentan con una educación suficiente como para operar. Muchos deciden entre estudiar o empezar el negocio agrícola y debido a los altos costes estudiantiles, terminan por decantarse en abrir el negocio.

4.3 Análisis DAFO

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Poco poder de mercado (Muy Importante) Pocas referencias de clientes al ser de reciente creación (Muy Importante) Altos costes iniciales (Importancia Media) Falta de cartera de clientes (Importancia Crucial) Escasa inversión inicial y bajo presupuesto (Muy Importante) 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Competidores presentes en el mismo polígono con más años (Muy Importante) Climatología con incertidumbre anual (Muy Importante) Coronavirus (Muy Importante) Recesión económica ligada a inestabilidad laboral (Muy Importante) Aumento del paro en el sector (Muy Importante)
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> Mucho conocimiento del mercado (Importancia Crucial) Experiencia sobre que productos y maquinaria son los idóneos (Muy Importante) Experiencia en redes sociales (Importancia Media) Mejor cualificación frente a la competencia (Importancia Media) Valores ecológicos (Importancia Media) 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Promociones y ofertas al nuevo cliente (Muy Importante) Buena relación con proveedores y clientes (Importancia Media) Facilidad para implantar avances tecnológicos (Muy Importante) Aumento de exportaciones (Importancia Crucial) Clientes satisfecho (Muy Importante)

4.3.1 Estrategias a desarrollar

1. Estrategia Adaptativa. Adaptación al mercado

Gracias a los avances tecnológicos implantados se conseguirá generar mayores cantidades y con ello mayores exportaciones

<p>Debilidades</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Facilidad para implantar avances tecnológicos (Muy Importante) Aumento de exportaciones (Importancia Crucial)
---------------------------	--

2. Estrategia Adaptativa. Generación de confianza

Poco a poco, através de un buen servicio a cliente y buen seguimiento postventa, se conseguirán buenas referencias y a posteriori, nuevos clientes

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Poco poder de mercado (Muy Importante) Pocas referencias de clientes al ser de reciente creación (Muy Importante) Falta de cartera de clientes (Importancia Crucial) 	<p>Oportunidades</p>
--	-----------------------------

3. Estrategia Supervivencia. Plan de marketing

Se buscará anunciar a la empresa en diferentes medios e incluso hacer uso de los contactos de los familiares para poco a poco ganar mercado

Debilidades

- Poco poder de mercado (Muy Importante)
- Pocas referencias de clientes al ser de reciente creación (Muy Importante)
- Falta de cartera de clientes (Importancia Crucial)

Amenazas

4. Estrategia Defensiva. Promociones internas

Se ofrecerán promociones a clientes asiduos

Fortalezas

Amenazas

- Competidores presentes en el mismo polígono con más años (Muy Importante)

5. Estrategia Defensiva. reducir costes

Debido a la situación del momento siempre se buscará reducir costes

Fortalezas

Amenazas

- Recesión económica ligada a inestabilidad laboral (Muy Importante)
- Aumento del paro en el sector (Muy Importante)
- Coronavirus (Muy Importante)

6. Estrategia Supervivencia. Cliente misterioso

Empleados se harán pasar por clientes para conocer mas a fondo la competencia

Debilidades

Amenazas

- Competidores presentes en el mismo polígono con más años (Muy Importante)

7. Estrategia Supervivencia. seguros

Se buscarán los mejores seguros que puedan cubrir situaciones muy adversas

Debilidades

Amenazas

- Climatología con incertidumbre anual (Muy Importante)

8.  Estrategia Supervivencia. Claridad en las tareas

Dadas las circunstancias actuales, se buscará tener claros los objetivos para evitar cuellos de botella y perder ventas

 Debilidades

 Amenazas

- Coronavirus (Muy Importante)
- Recesión económica ligada a inestabilidad laboral (Muy Importante)
- Aumento del paro en el sector (Muy Importante)

9.  Estrategia Ofensiva. Comercial

El comercial deberá demostrar sus habilidades y conseguir siempre ventas

 Fortalezas

 Oportunidades

- Promociones y ofertas al nuevo cliente (Muy Importante)
- Clientes satisfecho (Muy Importante)

10.  Estrategia Adaptativa. Captación de cuota de mercado

Se hará seguimiento de los empleados y de su buen servicio al cliente pues al principio será muy importante.

 Debilidades

 Oportunidades

- Promociones y ofertas al nuevo cliente (Muy Importante)
- Buena relación con proveedores y clientes (Importancia Media)
- Clientes satisfecho (Muy Importante)

11.  Estrategia Ofensiva. Estrategia agresiva de marketing

Ofrecer muestras gratuitas a los clientes que se acerquen a mirar

 Fortalezas

 Oportunidades

- Mucho conocimiento del mercado (Importancia Crucial)
- Experiencia sobre que productos y maquinaria son los idóneos (Muy Importante)
- Experiencia en redes sociales (Importancia Media)
- Mejor cualificación frente a la competencia (Importancia Media)
- Valores ecológicos (Importancia Media)

12. Estrategia Defensiva. Formación del emprendedor

Gracias a los conocimientos de los familiares, podemos posicionarnos por delante de los competidores lo que ayudará a posicionarnos mejor de cara a nuevos clientes

Fortalezas

- Mucho conocimiento del mercado (Importancia Crucial)
- Experiencia sobre que productos y maquinaria son los idóneos (Muy Importante)
- Experiencia en redes sociales (Importancia Media)
- Mejor cualificación frente a la competencia (Importancia Media)
- Valores ecológicos (Importancia Media)

Amenazas

13. Estrategia Supervivencia. Buscar minimizar costes

Al principio todo se orientará a reducir costes y con el paso del tiempo cuando se empiece a generar ingresos, se buscará reinvertir sobre lo ganado

Debilidades

- Altos costes iniciales (Importancia Media)
- Escasa inversión inicial y bajo presupuesto (Muy Importante)

Amenazas

14. Estrategia Adaptativa. Medición de los gastos

Se tendrá que tener un control especial en cada uno de los costes

Debilidades

- Altos costes iniciales (Importancia Media)
- Escasa inversión inicial y bajo presupuesto (Muy Importante)

Oportunidades

15. Estrategia Ofensiva. Novedad

Con todas las novedades que se pretende sacar, todo el entorno quedará maravillado y buscará siempre la misma calidad- precio que ofrecemos nosotros

Fortalezas

Oportunidades

- Buena relación con proveedores y clientes (Importancia Media)
- Facilidad para implantar avances tecnológicos (Muy Importante)

5. Plan de producción

5.1 Funcionamiento del sector agrario

Para llegar a obtener el grano, primero hay que cultivar la tierra y lleva su proceso. A continuación se muestran algunos de ellos.

La maquinaria que se utiliza es aquella necesaria para transformar el suelo de forma primaria que ayudan a reducir las horas de trabajo y ahorrar en combustible. Gracias a esta maquinaria lo que se conseguirá es eliminar terreno endurecido e incluso para excavar zanjas de riego. Una vez hecho eso, se utilizará cultivadores y vibrocultivadores que ayudarán a preparar el terreno.

Imagen 1. Apero



Fuente: <https://www.traxco.es/blog/maquinaria-agricola/aperos-para-labores-de-suelo>

Imagen 2. Vibrocultivadores y cultivadores



Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Vibrocultivador> y

<http://www.interempresas.net/Agricola/FeriaVirtual/Producto-Cultivadores-con-muelles-Vila-ST-160719.html>

A través de la siembra directa o siembra sobre rastrojo se pretende conservar el máximo número de nutrientes del suelo. Mediante esta técnica se protege el suelo y se reduce el gasto en combustible, así como el impacto ecológico. De entre todas las sembradoras, se ha seleccionado el modelo de reja ya que permite usos variados y un mejor manejo.

Imagen 3. Sembradora de siembra directa de reja



Fuente: <https://agrifercan.com/maquinaria/sembradora-sembradora-de-siembra-directa-de-reja/>

Por último, haría falta maquinaria para la aplicación de fitosanitarios que se hará de forma automatizada:

Imagen 4. Maquinaria para aplicación de fitosanitarios



Fuente: <https://www.tractoresymaquinas.com/maquinaria-para-aplicacion-de-fitosanitarios/>

Como productos ofrecidos al mercado, se ofrecerán cereales, (trigo, cebada, avena y triticale principalmente) leguminosas (lentejas y vezas) y abonos variados, los cuales están explicados en el punto 3.

Para poder comenzar el proyecto, se necesitará una inversión inicial pequeña debido a que todo va a ser de alquiler y entra dentro del precio negociado de 3.000€/mes.

Lo que sí debemos tener es aprovisionamientos por si hace falta reparar alguna máquina, aunque su coste es mínimo ya que las que vamos a tener inicialmente tienen poco mantenimiento.

Los productos que se van a comercializar ya se explicaron en los primeros puntos. Es de especial importancia informar de que la empresa como tal no producirá ningún producto. La empresa comprará directamente los productos a los proveedores e incluso en la misma lonja.

Cada vez que se vaya a realizar un pedido a un proveedor, el propio socio fundador de la empresa junto con un asesor se encargará de la supervisión de la calidad del producto a comprar. Una vez adquirido, el material será almacenado en las naves alquiladas y los clientes que estén interesados en su compra, podrán observar los tamaños en la tienda dado que se presentarán en saquitos para ver el tamaño del grano.

El inventario será almacenado por producto más demandado a menos demandado y sobre todo por su durabilidad.

En cuanto a los servicios de alquiler de maquinaria, por un lado, el socio fundador aportará maquinaria que utilizaba sus familiares en el anterior negocio. Por otro lado, serán adquiridos otro tipo de materiales que tenga un ciclo de vida más reciente y que pueda garantizar un servicio óptimo.

Contaremos con una persona que se encargará del mantenimiento de las máquinas y ayuda en el almacén, así como en los procesos de venta.

Los costes tanto de adquisición de los productos como de la maquinaria ya se explicaron en anteriores puntos.

El objetivo principal es comprar y vender abonos y cereales. Por tanto, el alquiler de las abonadoras es un servicio que ofrecemos al agricultor pero del que solo se pretende sacar ganancias para reparaciones y un pequeño beneficio, porque no nos dedicamos al alquiler.

Compramos al agricultor el cereal, lo almacenamos y cuando creemos conveniente lo vendemos al por mayor, de ahí que se obtiene un buen beneficio ya que hay un margen de ganancia de un 20%.

Los precios de abonos están explicados en el punto 4.2.2.4. con la compra de abonos se arriesga mucho dinero pero también se gana bastante, para empezar tendríamos o bien que financiarnos con los beneficios del cereal o abrir una cuenta de crédito que creo que sería la mejor opción.

6. Plan de Marketing

6.1 Objetivos de marketing

Como objetivo primordial, el departamento de marketing se centrará en dar a conocer la marca al público objetivo con la consiguiente captación de nuevos clientes y con ello incrementar poco a poco la cuota de mercado.

6.1.1 Objetivos cualitativos

Como ya se ha comentado en el punto anterior, el objetivo primordial será dar a conocer la marca. Para ello, se hará uso de las redes sociales y carteles publicitarios. Una vez se consiga una cuota de mercado del 2% durante los primeros años, se pretende seguir consiguiendo mayor cuota de mercado lo que conseguiremos a través de la buena satisfacción al cliente (a partir de 4 sobre 5).

6.1.2 Objetivos cuantitativos

La máxima es conseguir el retorno de la inversión inicial en el proyecto. Se ha de tener en cuenta que a la par que se va consiguiendo el retorno de la inversión, se irán realizando nuevas inversiones en aspectos tales como nueva maquinaria, actualizaciones de la web, mejoras de los productos ofrecidos, eventos especiales para los clientes donde se ofrecerá la visita a nuestras instalaciones.

6.2 Estrategias de marketing

En el siguiente apartado analizaremos una a una las diferentes estrategias con las que pretendemos conseguir los objetivos finales de la sociedad. Con ello debemos tener en cuenta tanto los aspectos internos como externos de la empresa.

6.2.1 Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización

Para poder conseguir el éxito empresarial y la maximización de beneficios, desde Agrigal establecemos una serie de estrategias destinadas a identificar los posibles grupos de compradores (estrategia de segmentación), como pretende la compañía que sea percibida (estrategia de posicionamiento) y una última estrategia que velará por conseguir una afiliación por parte del consumidor (estrategia de fidelización).

6.2.2 Estrategias de segmentación

Desde el departamento de marketing se destinará el esfuerzo en un segmento de personas que se dediquen al sector agrícola, más específicamente, el departamento comercial realizará un esfuerzo mayor al segmento de los ganaderos pues son los que más demandan estos servicios pues cuentan con buenos conocimientos sobre una dieta equilibrada para sus animales, sabiendo identificar un buen producto al momento. Junto con el asesoramiento es importante ofrecerle una promoción de nuestros mejores cereales que sea jugosa para el cliente final.

En un radio menor de 50km de Media de Rioseco existen alrededor de 50 explotaciones ganaderas, tanto porcinas, ovinas como bovinas.

Como tal, los clientes objetivos serán aquellos que se especialicen en el sector agrícola muy interesados en la plantación de cereales y la adquisición de abonos para la siembra. Por lo general, el tipo de cliente serán aquellos que posean campos de siembra y cuenten con experiencia con una edad comprendida entre los 30-65 años.

6.2.3 Estrategias de posicionamiento

Dentro de esta estrategia, la empresa buscará conseguir introducirse dentro de la mente del consumidor a través de la buena atención al cliente. Dentro de ello se agrupan aspectos tales como inmediatez en la entrega de los productos solicitados, seguridad a la hora de la entrega cubriendo todas las medidas anticovid.

En cuanto a las estrategias de posicionamiento, se optarán por las que refuercen nuestra marca a través de la calidad del producto ya que tanto los abonos como los cereales y leguminosas que se venderán serán siempre provenientes de los mejores agricultores, por lo que los proveedores serán buscados de forma minuciosa.

Por otro lado, una estrategia frente a la competencia ya que al mismo tiempo buscamos ofrecer productos diferentes además de un servicio de alquiler de maquinaria que no ofrecen los competidores de la zona.

6.2.4 Estrategias de fidelización

Para conseguir la fidelización de los clientes, desde Agrigal, se ofrecerán obsequios a sus clientes tales como pluviómetros con el logotipo de la empresa, descuentos por pronto pago del 5%.

Los pluviómetros serán adquiridos en empresas de publicidad que si compramos tal que 1.000 pluviómetros el precio unitario sería de 0,10 céntimos lo cual tendríamos un gasto de 100€.

6.3 Estrategias comerciales

6.3.1 Estrategia del producto

En cuanto a los productos ofrecidos y los servicios ya se han comentado en puntos anteriores, así como cuales, son sus atributos diferenciales.

En cuanto al logotipo, tras realizar varios bocetos se ha decantado por el siguiente:



Este mismo logotipo irá en todos los productos (sacos de cereales, abonos y maquinaria)

El lema escogido es "Innovación, profesionalidad y calidad", su explicación es porque nunca vamos a quedarnos atrás y obsoletos ya que iremos buscando lo más novedoso, seremos buenos profesionales adaptándonos a las necesidades de cada cliente y contaremos con las mejores calidades del mercado.

6.3.2 Estrategia de precio

Los precios para la veza están rondando a 180 euros/tonelada (precio 2020) desde la lonja. La lenteja ronda aproximadamente los 600 euros/tonelada, la avena 173 euros/tonelada, el triticale 189 euros/tonelada, la cebada 180 euros/tonelada y el trigo a 202 euros/tonelada. En cuanto al abono dependiendo del distribuidor, ronda los 200-300 euros/tonelada, siendo los precios tendentes a la baja en los últimos meses.

Los precios se calcularán en cuanto a los productos sobre un 20% adicional al precio de la lonja. En cuanto a la maquinaria, se calculará por días, siendo su uso de 100 euros/día con una fianza de la mitad del precio de la maquinaria.

6.3.3 Estrategia de distribución

Para los canales de distribución se usarán la página web y la propia oficina. Si el cliente quiere saquitos pequeños se lo enviaremos a su domicilio. Pero en el caso de los ganaderos/fábricas vendrán a por ello a nuestras instalaciones con sus camiones.

Nuestra estrategia es omnicanal ya que ofreceremos a los clientes una experiencia única siendo el trato directo.

Contaremos con una página web como la que se muestra a continuación. Esta que se muestra es la del familiar que dirigía antes el negocio. Su coste es de 2.500€ y sería realizada por Riosecoweb.

Contaremos con un teléfono para que nos puedan contactar y correo electrónico que tendrá un coste de 80€/mes.



Fuente: <https://www.agroserv.net/index.html>

6.3.4 Estrategia de comunicación

- Offline: Por un lado, la publicidad se realizará por medio de redes sociales, así como de pancartas en la carretera o paradas de autobús, por otro lado, la promoción de ventas se llevará a cabo con descuentos para los primeros consumidores con servicios tales como descuentos por pronto pago, descuentos por cantidades, etc.

- Online: como métodos online usaremos la página web y las redes sociales las cuales tendrán un enlace que derive a la página web. En las redes sociales se podrá informar sobre información de interés para los clientes a través de nuestro blog profesional.

7. Ubicación e infraestructuras

La empresa se situará en Medina de Rioseco (Valladolid) en la calle Valdevida, nº4 en Polígono Ganadero. Ahí se sitúa una parcela que consta de 3 naves y una oficina que alquilaremos. La razón de la elección de esta ubicación es debido a que el padre de la fundadora es el dueño.

El coste del alquiler sería de 1€/m² construido. Cada nave consta de 750m² (3 naves) más la oficina de 10m² más 500m² de parcela. TOTAL MENSUAL: 3.000€ de alquiler. En ese precio entra maquinaria que alquila el dueño: 1 manitou para cargar los camiones de cereal, 2 abonadoras las cuales se ofrecerán en alquiler al agricultor que compre abono. Y luego en la oficina se incluyen dos ordenadores con su impresora. Las abonadoras serán alquiladas por 50€/día.

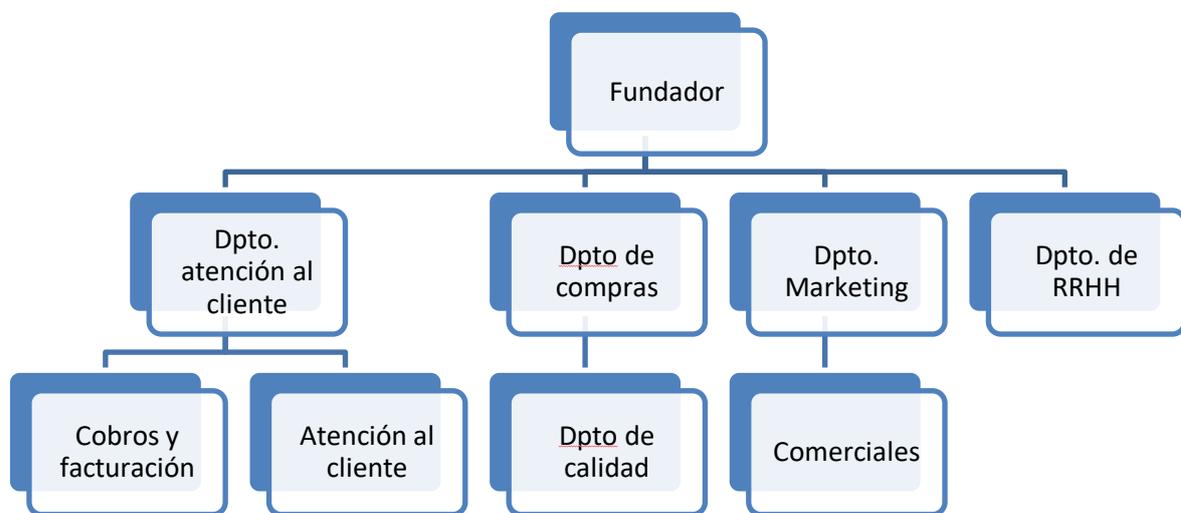
A continuación se muestran unas fotografías reales de las instalaciones con la maquinaria que incluye el alquiler.





8. Organización y Recursos Humanos

En este punto explicaremos cómo está formada la empresa a través de un organigrama el cual mostrará la distribución de los puestos de trabajo de la empresa. Cabe destacar que la dirección estará formada por los socios fundadores los cuales trabajarán como si fueran empleados.



Organigrama 1. Jerarquía de Agrigal. Elaboración propia

8.1 Plan de contrataciones y desarrollo de competencias

Para alcanzar el buen funcionamiento de la empresa, cuando sea necesario, se realizará una búsqueda intensiva de trabajadores a través de diferentes vías para su contratación aplicando criterios y requisitos para la selección de dicho personal. Dependiendo del puesto del que se trate, la forma de evaluar y de contratar a los candidatos será completamente diferente, adecuándose en todo momento a las necesidades del puesto.

Con respecto a la formación de los trabajadores, se les ofrecerá la realización de cursos de Prevención y Riesgos Laborales para cada puesto, pues es de obligado cumplimiento por

parte de la empresa ofrecer dichos cursos. Para la formación de cada puesto, se llevará a cabo una planificación y control de las tareas a desarrollar en cada actividad, haciendo un acompañamiento a los trabajadores, enseñando procesos y maneras de proceder.

8.2 Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento.

La plantilla de la empresa será regulada por la normativa laboral establecida por el Estatuto de los Trabajadores¹ vigente, además de por el Convenio Colectivo de Agricultores de las principales ciudades donde se establezca Agrigal, empezando por Valladolid. Respecto al tipo de contratación, según el Convenio Colectivo (2018-2022) aplicado, aquellas empresas que tengan de 1 a 10 trabajadores deberán de tener el 25% de su plantilla bajo contratos fijos. Aunque en dicho convenio se cita lo siguiente *“las empresas que pongan en marcha nuevos establecimientos no vendrán obligadas a cumplir las escalas de referencia durante los doce primeros meses a contar desde el día de su apertura, entendiéndose las partes que el periodo de doce meses es el necesario para fijar la plantilla y para efectuar la selección del porcentaje de personal fijo que debe la empresa o centro de trabajo cumplir al año de su apertura”*.

Hay que tener en cuenta los tipos de jornada existente, tanto como jornada completa, que suponen 40 horas semanales de trabajo efectivo, y jornada parcial. Los trabajadores en su gran mayoría presentarán contratos de 40 horas semanales. Muchos serán creados en función del buen desarrollo de la empresa y de sus necesidades. En lo relacionado con las horas complementarias, horas extraordinarias, descansos, permisos o vacaciones, entre otras cosas, Agrigal, se regirá mediante el Estatuto de los Trabajadores y por el Convenio Colectivo, con el fin de garantizar la legalidad y el bienestar de nuestros empleados.

Como método de evaluación del rendimiento de los empleados, Agrigal ha elaborado diferentes formas para ello. Una de esas formas es realizar valoraciones por parte del cliente a través de la aplicación una vez se ha realizado el servicio. Se pedirá una valoración de 5 estrellas (mejor valoración) donde aquellos empleados con una media por

¹ Gobierno de España – Boletín Oficial del Estado (13/11/15). 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. Recuperado el día 14 de abril de 2020 de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11430>

debajo de las 3,5 estrellas, serán evaluados a nivel interno intentando reconducir hacia una mejora en su rendimiento. Cada departamento tendrá unos objetivos establecidos lo que promoverá una mayor motivación en pro del éxito de la empresa.

8.3 Sistema de retribución

Será de especial importancia el cálculo de la retribución del trabajador ya que la motivación del mismo dependerá en gran parte de ella. El convenio por el que la empresa regirá será el de Agricultores con retribución fija (excepto comerciales) y se les proveerá importantes beneficios sociales los cuales irán ascendiendo en función de las responsabilidades que vayan adquiriendo en su carrera profesional.

Así quedarán establecidos los principales contratos:

- Fundadora: 2.000€ brutos/mes, 28.000€ anuales (14 pagas) + cuota de seguridad social 200€/mes, 2.400€ anuales. Total: 30.400€
- Persona de ayuda en almacén: 1.200€ brutos/mes, 16.800€ anuales (14 pagas) + cuota de seguridad social 300€/mes, 3.600€ anuales. Total: 20.400€

Total gastos de personal: 50.800€ anuales.

9. Plan económico – financiero

9.1 Plan de inversiones

INVERSIONES	INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VIDA ÚTIL	(%) Amort
ACTIVO NO CORRIENTE (A)								
Maquinaria	2.000,00	6.000,00	12.000,00	12.000,00	6.000,00	6.000,00	10	10%
Mobiliario	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	5	20%
Equipos informáticos	2.500,00	2.500,00	2.500,00				5	20%
Vehículos	15.000,00			15.000,00		15.000,00	8	13%
Otros								
TOTAL NO CORRIENTE	22.500,00	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00		
ACTIVO CORRIENTE (B)								
Existencias iniciales								
Tesorería (Caja Bancos)	27.500,00							
TOTAL CORRIENTE	27.500,00							
TOTAL INVERSIÓN (A + B)	50.000,00	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00		

En este punto podemos observar las inversiones que se estiman realizar. Entre ellas destaca para el inicio de la actividad una maquinaria que se arrendará a los clientes y la intención es seguir comprando nuevas maquinarias del estilo abonadoras en los próximos años pues se estima que la demanda crecerá.

En cuanto al mobiliario se pretende ir actualizando cada año el mismo por lo que se destinará 3000euros/año a tal propósito. En cuanto a los equipos informáticos, se adquirirán impresoras/escaneadoras. Con el fin de poder realizar entregas a los clientes, se comprarán furgonetas que faciliten el desplazamiento de los productos hacia los mismos.

9.2 Plan de financiación

FINANCIACIÓN		EMPRESA Agrigal SL					
		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		15.000,00	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00
PRESTAMOS		35.000,00					
Condiciones	Tipo de interés	4%					
	Años	10					
TOTAL FINANCIACIÓN		50.000,00	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00
COMPARACIÓN	INVERSIÓN	50.000,00	11.500,0 0	17.500,0 0	30.000,0 0	9.000,0 0	24.000,0 0
	FINANCIACIÓN	50.000,00	11.500,0 0	17.500,0 0	30.000,0 0	9.000,0 0	24.000,0 0

El fundador aportará 15000 euros iniciales, solicitando un préstamo familiar a su padre por un importe de 35.000 euros a un tipo de interés del 4% a 10 años. El resto de los años, se pretende reinvertir los beneficios restantes en refinanciar el proyecto.

9.3 Balance provisional

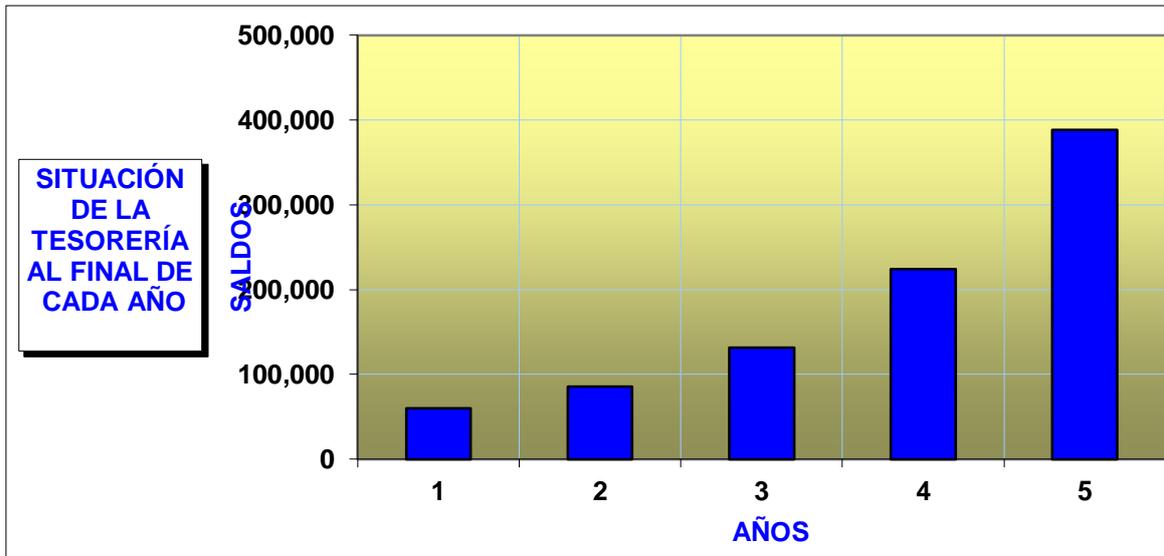
BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	22.500,00	34.000,00	51.500,00	81.500,00	90.500,00	114.500,00
Amortizaciones		4.875,00	12.050,00	22.900,00	34.950,00	50.075,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	22.500,00	29.125,00	39.450,00	58.600,00	55.550,00	64.425,00
Existencias	27.500,00					
Clientes		14.283,56	21.425,34	32.138,01	48.207,02	72.310,53
Tesorería		60.312,14	85.653,17	131.257,04	224.231,53	388.576,89
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		74.595,70	107.078,51	163.395,06	272.438,55	460.887,42
TOTAL ACTIVO		103.720,70	146.528,51	221.995,06	327.988,55	525.312,42
PASIVO						
Recursos propios	15.000,00	26.500,00	44.000,00	74.000,00	83.000,00	107.000,00
Reservas		2.652,60	9.750,55	26.507,69	78.986,67	184.030,35
Resultados negativos						
Prestamos	35.000,00	32.084,82	29.053,03	25.899,96	22.620,78	19.210,43
TOTAL NO CORRIENTE	50.000,00	61.237,41	82.803,58	126.407,66	184.607,45	310.240,78
Proveedores		42.483,29	63.724,93	95.587,40	143.381,10	215.071,64
Tesorería negativa						
TOTAL CORRIENTE		42.483,29	63.724,93	95.587,40	143.381,10	215.071,64
TOTAL PASIVO	50.000,00	103.720,70	146.528,51	221.995,06	327.988,55	525.312,42

9.4 Cuenta de resultados previsional

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	521.350,00	782.025,00	1.173.037,50	1.759.556,25	2.639.334,38
Aprovisionamiento	443.040,00	664.560,00	996.840,00	1.495.260,00	2.242.890,00
Variación de existencias	27.500,00				
Margen	105.810,00	117.465,00	176.197,50	264.296,25	396.444,38
Gastos de personal	47.736,00	49.664,53	88.651,19	116.259,71	158.113,20
Alquileres	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
Otros gastos	11.400,00	11.571,00	11.744,57	11.920,73	12.099,54
EBITDA					
?	10.674,00	20.229,47	39.801,74	100.115,81	190.231,63
Amortizaciones	4.875,00	7.175,00	10.850,00	12.050,00	15.125,00
EBIT					
?	5.799,00	13.054,47	28.951,74	88.065,81	175.106,63
Gastos financieros	1.400,00	1.283,39	1.162,12	1.036,00	904,83
BAI					
?	4.399,00	11.771,07	27.789,62	87.029,81	174.201,80
Impuesto sobre beneficios	1.451,67	3.884,45	9.170,57	28.719,84	57.486,59
Resultado	2.947,33	7.886,62	18.619,05	58.309,97	116.715,20
DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS					
DIVIDENDO	294,73	788,66	1.861,90	5.831,00	11.671,52
RESERVAS	2.652,60	7.097,96	16.757,14	52.478,98	105.043,68

9.5 Cuenta de resultados previsional

TESORERÍA AL FINAL DE CADA AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		60.312,14	85.653,17	131.257,04	224.231,53
+ Beneficio	2.947,33	7.886,62	18.619,05	58.309,97	116.715,20
+ Amortizaciones	4.875,00	7.175,00	10.850,00	12.050,00	15.125,00
+ Prestamos obtenidos					
+ Ampliaciones de capital	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00
+ Crédito de proveedores	42.483,29	21.241,64	31.862,47	47.793,70	71.690,55
- Crédito a clientes	14.283,56	7.141,78	10.712,67	16.069,01	24.103,51
- Dividendos	294,73	788,66	1.861,90	5.831,00	11.671,52
- Devoluciones de préstamos	2.915,18	3.031,79	3.153,06	3.279,18	3.410,35
- Inversiones	11.500,00	17.500,00	30.000,00	9.000,00	24.000,00
- Existencias	-27.500,00				
Saldo final	60.312,14	85.653,17	131.257,04	224.231,53	388.576,89



10. Aspectos formales

10.1 Elección de la forma jurídica

En este apartado será de suma importancia tener claro cómo será fundada la empresa desde el marco jurídico. Teniendo en cuenta los diferentes tipos de sociedades, junto con sus ventajas e inconvenientes), se toma la decisión de formar la empresa como una sociedad limitada. A través de la página web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, dentro del subapartado Emprendimiento, se puede acceder a toda la información relacionada.

Uno de los motivos por los que se elige ser una Sociedad Limitada es que, al ser los primeros años de creación, la envergadura de la empresa, será muy limitada con apenas crecimiento empresarial. Los socios fundadores de la empresa, que a la vez serán directores de la misma, serán:

- Susana Galván Argüello con DNI: 71176728P

Para su constitución, el socio deberá aportar en total una suma inicial de 3000€.

10.2 Trámites para la constitución de la sociedad

Para poder constituir la sociedad se deberá realizar la gestión de una serie de trámites.

Para comenzar, antes de dar un nombre a la sociedad, deberemos buscar la denominación social en el Registro Mercantil Central a través de su página web. En caso

de no encontrar ninguna otra sociedad con la misma denominación social, se solicitará por correo certificado y con un coste de 16€ al RMC.

Desde el primer momento, se tenía claro cuál iba a ser el nombre de la empresa, Agrigal debido a que el servicio se realizará en relación a productos agrícolas. Además, es un nombre que tiene.

El siguiente paso será crear una cuenta bancaria a nombre de la sociedad a través del banco Santander e ingresar los 3000€ para su constitución. Por otro lado, mediante escritura ante notario y posterior inscripción en el Registro Mercantil de la Comunidad de Madrid, se registrará la sociedad. Una vez creada la cuenta bancaria, el banco expedirá un certificado bancario que será presentado ante la notaría.

En el notario se constituirá la empresa mediante escritura pública donde se incluirán los estatutos previamente elaborados, lo que supondrá un coste de 500€. Todo ello, es decir, la Declaración Censal, se presentará en la Agencia Tributaria para obtener el NIF provisional de la empresa hasta obtener el definitivo. Será presentado mediante el modelo 036 junto con una copia de la escritura pública de constitución y documentación personal de los socios.

10.3 Escritura de constitución de la sociedad

"NÚMERO DE PROTOCOLO"

En Valladolid, a 28 de enero de 2021.

Ante mí, Jesús Carlos González, Notario del Ilustre Colegio de Valladolid.

COMPARECEN

D./D^a Susana Galván Argüello de nacionalidad Española, soltera, mayor de edad, con domicilio en calle Nueva, n16 Medina de Rioseco y con DNI 71176728P

INTERVIENEN

A) Todos, en su propio nombre e interés.

B) Todos en calidad de socios profesionales, abogados colegiados en el Ilustre Colegio de Abogados de Valladolid, con los nº de colegiados 21748, 45.695, 05137, 09465, respectivamente, tal y como se acredita mediante certificado colegial adjunto a la presente escritura.

Les identifico por la documentación exhibida y tienen, a mi juicio, según intervienen, la capacidad legal necesaria para formalizar la presente escritura de **CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA PROFESIONAL** y, en su virtud,

EXPONEN

i. Que los comparecientes han decidido constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada Profesional, de nacionalidad española, que se denominará **Agrigal S.L.**

ii. Que con dicha denominación no existe ninguna otra en el Registro Mercantil Central, lo que acreditan con la oportuna Certificación de este, que me entregan y dejo unida a la presente matriz, para transcribir en sus copias.

iii. Que los gastos de constitución, a cargo de la Sociedad hasta su inscripción en el Registro Mercantil, aproximadamente previstos, ascienden a 3.000 euros.

iv. Que la sociedad tendrá por objeto social la prestación de servicios de comida a domicilio, situados a las afueras de Valladolid mediante una oficina alquilada y con una larga lista de servicios a prestar a los clientes, asemejándose a la experiencia proporcionada por las plataformas de productos agrícolas.

Dado que las disposiciones legales vigentes exigen para el ejercicio de

las actividades comprendidas en el objeto social delimitado en este artículo, estar en posesión de un título profesional determinado, dichas actividades deberán realizarse por medio de persona que ostente la titulación profesional requerida para la actividad de que se trate.

Y en virtud de lo expuesto,

OTORGAN

PRIMERO. CONSTITUCIÓN.

D./D^a, Susana Galván Argüello constituye una Sociedad de Responsabilidad Limitada Profesional, de nacionalidad española, con la denominación de "Agrigal, S.L.", que se registrá por la Ley 2/2007, de 15 de marzo, de Sociedades Profesionales, y supletoriamente por la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, demás disposiciones legales aplicables y, en especial, por sus Estatutos, extendidos en 15 hojas de papel común.

Dichos Estatutos, leídos y firmados por los socios fundadores, son aprobados por éstos, elevándolos a escritura pública; y yo, el Notario, los dejo unidos a la presente escritura, formando parte integrante de la misma.

SEGUNDO. SUSCRIPCIÓN Y DESEMBOLSO.

El capital social se fija en la suma de 3.000 EUROS.

Las participaciones sociales representativas del capital social son íntegramente suscritas y totalmente desembolsadas por los socios profesionales fundadores, mediante las aportaciones que a continuación se indican:

a) Don/Doña Susana Galván Argüello suscribe una participación social, de valor nominal en junto 15.000 EUROS, que desembolsa totalmente mediante su aportación en efectivo metálico, ingresado en Banco Santander.

Acrediten la realidad de las respectivas aportaciones dinerarias, así

como su ingreso en la cuenta número ES 1111 1111 1111 1111, abierta a nombre de la Sociedad en constitución, en Banco Santander, Oficina nº 0075 de Medina de Rioseco, mediante sendas Certificaciones de dicha Entidad bancaria, que dejó unidas a la presente.

TERCERO. PARTICIPACIÓN EN BENEFICIOS.

Los beneficios se distribuirán y, cuando proceda, las pérdidas se imputarán, en proporción a la participación de cada socio en el capital social. (Se podría pactar expresamente un régimen de participación distinto).

CUARTO. DESIGNACIÓN DEL ÓRGANO ADMINISTRADOR.

De conformidad a lo establecido en los Estatutos Sociales, la Sociedad será regida y administrada por dos Administradores Solidarios. Los socios fundadores designan para ocupar dicho cargo a D./D^a Susana Galván Argüello, socio profesional, cuyos datos figuran en la comparecencia.

Los designados aceptan el cargo; prometen desempeñarlo con lealtad y diligencia; aseguran no estar incurso en causa legal de incapacidad o incompatibilidad legal para ejercerlo; declaran que sus circunstancias personales son las que constan en la presente escritura; y toman en este acto posesión de su cargo.

QUINTO. COMIENZO DE ACTIVIDADES.

La Sociedad dará comienzo a sus operaciones en la fecha que determinan los Estatutos.

En consecuencia, los socios fundadores, por unanimidad, acuerdan en relación con lo dispuesto en el artículo 11, número 3 de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada, en relación con el artículo 15 de la Ley de Sociedades Anónimas, facultar expresamente al Órgano de Administración designado, de tal manera:

a) Que los actos y contratos celebrados con terceros por el Órgano de

Administración designado antes de la inscripción de la Sociedad, dentro del ámbito de sus facultades estatutarias, quedarán automáticamente aceptados y asumidos por la Sociedad, por el mero hecho de la inscripción de esta en el Registro Mercantil.

b) Que pueda realizar los actos y contratos que el desarrollo de la actividad de la empresa que constituye el objeto social haga necesarios o simplemente útiles, especialmente en el orden interno y organizativo, como el otorgamiento, modificación y revocación de poderes de todas clases.

SEXTO. INCOMPATIBILIDADES.

Queda prohibido ocupar cargos en la Sociedad a las personas incurso en causa legal de incompatibilidad.

SÉPTIMO. INSCRIPCIÓN PARCIAL.

De conformidad con lo establecido en el Reglamento del Registro Mercantil, los otorgantes, solicitan expresamente la inscripción parcial de la presente escritura, en el supuesto de que alguna de sus cláusulas, o de los hechos, actos o negocios jurídicos contenidos en ella y susceptibles de inscripción, adoleciese de algún defecto, a juicio del Registrador, que impida la práctica de esta.

OCTAVO. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES.

Advierto expresamente a los comparecientes que sus datos van a ser incorporados al fichero del Protocolo y documentación notarial y al fichero de Administración y organización, así como del hecho de que, en su caso, tales datos pueden ser cedidos a aquellas Administraciones públicas que según una norma con rango de ley tengan derecho a ello. Hechas las advertencias de sus derechos al respecto.

NOVENO. OTORGAMIENTO Y AUTORIZACIÓN.

Se han hecho las reservas y advertencias legales; en particular, y a efectos fiscales, he advertido a los comparecientes de la obligación de

presentación de la documentación a liquidación dentro de plazo y la necesidad de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil y, en general, de las responsabilidades tributarias que les incumben en su aspecto material, formal y sancionador, y de las consecuencias de toda índole que se derivarían de la inexactitud de sus declaraciones.

Les leo, por su elección, esta escritura, advertidos de su derecho a leerla por sí, del que no usan y, tras hacerles las oportunas explicaciones verbales para su cabal conocimiento, manifiestan quedar enterados, la aceptan, se ratifican y firman.

Yo, el Notario, Doy fe de que el consentimiento ha sido libremente prestado y de que el otorgamiento se adecua a la legalidad y a la voluntad debidamente informada de los otorgantes.

Queda extendida en un total de 7. folios de papel notarial, el primero con el número 1 y los demás con los números siguientes en orden correlativo. (o anteriores en orden correlativo...).

Y de su contenido, DOY FE.

10.4 Estatutos

Artículo 1º.- Denominación.

La Sociedad se denominará “**Agrigal, S.L.**”, y se regirá por su contrato constitutivo, por los presentes estatutos y en lo en ellos no dispuesto, por la Ley de Sociedades de Capital.

Artículo 2º.- Duración.

La Sociedad tendrá una duración de carácter indefinido, dándose comienzo al inicio de sus operaciones el día siguiente al del otorgamiento de su escritura constitutiva, sin perjuicio de las consecuencias legales previstas para los actos y contratos celebrados en nombre de la Sociedad en momentos anteriores al de su inscripción en el Registro Mercantil. Los ejercicios sociales se computarán por años

naturales.

Artículo 3º.- Domicilio.

El domicilio de la Sociedad se halla situado en Medina de Rioseco en la calle Valdevida, nº4 en Polígono Ganadero.

Artículo 4º.- Objeto social.

El objeto social de la Sociedad será la comercialización de productos agrícolas, así como el arrendamiento de la maquinaria necesaria.

TÍTULO II.- CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES

Artículo 5º.- Capital social.

El capital social será de 15.000 euros,.

Dicho capital se halla totalmente suscrito y desembolsado mediante aportaciones dinerarias (dinerarias/no dinerarias) realizadas por los socios fundadores a título de propiedad.

Artículo 6º.- Prohibiciones sobre las participaciones.

Las participaciones no podrán ser incorporadas a títulos valores, ni representadas mediante anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones.

Artículo 7º.- Título de propiedad sobre las participaciones.

No podrán emitirse resguardos provisionales acreditativos de la propiedad sobre una o varias participaciones sociales, siendo el único título de propiedad la escritura constitutiva de la Sociedad o, en su caso, los documentos públicos en los que se acrediten las subsiguientes adquisiciones de dichas participaciones.

Artículo 8º.- Libro Registro de Socios.

La sociedad llevará un Libro Registro de Socios cuya custodia y llevanza corresponde al órgano de administración, en el que se harán constar la titularidad originaria y las sucesivas transmisiones, voluntarias o forzosas, de las participaciones sociales, y la constitución de derechos reales y otros gravámenes que sobre ellas pueda realizarse, indicando en cada anotación la identidad y el domicilio del titular de la participación o del derecho de gravamen constituido sobre ella. Sólo podrá rectificarse su contenido si los interesados no se oponen a ello en el plazo de un mes desde la notificación fehaciente del propósito de proceder a la misma. Cualquier socio tendrá derecho a examinar el contenido del Libro, y tendrán derecho a obtener certificación de las participaciones, derechos o gravámenes registrados a su nombre tanto los socios como los titulares de los derechos reales o gravámenes que se hayan hecho constar en él. Los datos personales de los socios podrán modificarse a su instancia, sin que surta efectos entre tanto frente a la sociedad.

Artículo 9º.- Reglas generales sobre transmisiones de las participaciones y constitución de cargas o gravámenes sobre las mismas.

Toda transmisión de las participaciones sociales o constitución de cargas o gravámenes sobre las mismas deberá constar en documento público, y deberán ser comunicadas por escrito a la Sociedad.

Artículo 10º.- Transmisiones.

A) Voluntarias por actos ínter vivos. Será libre toda transmisión voluntaria de participaciones sociales realizada por actos ínter vivos, a título oneroso o gratuito, entre socios, así como las realizadas a favor del cónyuge, ascendientes o descendientes del socio, o en favor de sociedades pertenecientes al mismo grupo de la transmitente, en los términos establecidos en el Artículo 42 del Código de Comercio. Las demás transmisiones por actos ínter vivos se sujetarán a lo dispuesto en

la ley.

B) Mortis causa. Será libre toda transmisión mortis causa de participaciones sociales, sea por vía de herencia o legado en favor de otro socio, en favor de cónyuge, ascendiente o descendiente del socio. Fuera de estos casos, en las demás transmisiones mortis causa de participaciones sociales los socios sobrevivientes, y en su defecto la Sociedad, gozarán de un derecho de adquisición preferente de las participaciones sociales del socio fallecido, apreciadas en el valor razonable que tuvieren el día del fallecimiento del socio y cuyo precio se pagará al contado; tal derecho deberá ejercitarse en el plazo máximo de tres meses a contar desde la comunicación a la Sociedad de la adquisición hereditaria. A falta de acuerdo sobre el valor razonable de las participaciones sociales o sobre la persona o personas que hayan de valorarlas y el procedimiento a seguir para su valoración, las participaciones serán valoradas en los términos previstos en los artículos 100 y siguientes de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Transcurrido el indicado plazo, sin que se hubiere ejercitado fehacientemente ese derecho, quedará consolidada la adquisición hereditaria.

C) Normas comunes.

- La adquisición, por cualquier título, de participaciones sociales, deberá ser comunicada por escrito al órgano de administración de la Sociedad, indicando el nombre o denominación social, nacionalidad y domicilio del adquirente.
- El régimen de la transmisión de las participaciones sociales será el vigente en la fecha en que el socio hubiere comunicado a la sociedad el propósito de transmitir o, en su caso, en la fecha del fallecimiento del socio o en la de adjudicación judicial o administrativa.
- Las transmisiones de participaciones sociales que no se ajusten a lo previsto en estos estatutos, no producirán efecto alguno frente a la sociedad.

Artículo 11º.- Copropiedad, usufructo, prenda y embargo de las participaciones sociales.

La copropiedad, usufructo, prenda y embargo de las participaciones sociales se registrará por las disposiciones legales previstas al efecto.

TÍTULO III.-ÓRGANOS SOCIALES

Artículo 12º.- Junta general.

A) Convocatoria. Las juntas generales se convocarán mediante anuncio individual y escrito que será remitido por correo certificado con acuse de recibo dirigido al domicilio que a tal efecto conste en el Libro Registro de Socios. Los socios que residan en el extranjero deberán designar un domicilio del territorio nacional para notificaciones.

B) Adopción de acuerdos. Los acuerdos sociales se adoptarán por mayoría de los votos válidamente emitidos, siempre que representen al menos un tercio de los votos correspondientes a las participaciones sociales en que se divide el capital social, no computándose los votos en blanco.

No obstante, y por excepción a lo dispuesto en el apartado anterior, se requerirá el voto favorable:

- De más de la mitad de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes al aumento o reducción de capital social, o, cualquier otra modificación de los estatutos sociales para los que no se requiera la mayoría cualificada que se indica en el apartado siguiente.
- De al menos dos tercios de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes a la transformación, fusión o escisión de la sociedad, a la supresión del derecho de preferencia en los aumentos de capital, a la exclusión de socios, a la autorización a los administradores para que puedan dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo, análogo o complementario género de

actividad que constituya el objeto social.

Lo anterior se entiende sin perjuicio de la aplicación preferente de las disposiciones legales imperativas que, para determinados acuerdos, exijan el consentimiento de todos los socios o impongan requisitos específicos.

Artículo 13º.- Órgano de administración: modo de organizarse.

1. La administración de la sociedad podrá confiarse a un órgano unipersonal (administrador único), a varios administradores solidarios, a varios administradores mancomunados o a un consejo de administración con un número mínimo de 1 administradores y un número máximo de 3 administradores.
2. Corresponde a la junta general, por mayoría cualificada y sin que implique modificación estatutaria, la facultad de optar por cualquiera de los modos de organizar la administración de la Sociedad.
3. Los administradores ejercerán su cargo por tiempo indefinido, salvo que la Junta general, con posterioridad a la constitución, determine su nombramiento por plazo determinado.
4. El cargo de administrador no es retribuido.

Artículo 14º.- Poder de representación.

En cuanto a las diferentes formas del órgano de administración, se establece lo siguiente:

1. En caso de que exista un Administrador único, el poder de representación corresponderá al mismo.
2. En caso de que existan varios Administradores solidarios, el poder de representación corresponderá a cada uno de ellos.
3. En caso de que existan varios Administradores conjuntos, el poder de

representación corresponderá y se ejercerá mancomunadamente por dos cualesquiera de ellos.

4. Cuando se trate de un Consejo de Administración, éste actuará colegiadamente.

Artículo 15º.- Régimen del Consejo de Administración.

1. Composición.

El Consejo de Administración elegirá de su seno un presidente y un secretario y, en su caso, uno o varios vicepresidentes o vicesecretarios, siempre que tales nombramientos no hubieren sido realizados por la Junta General o los fundadores al tiempo de designar a los consejeros.

2. Convocatoria.

La convocatoria del Consejo corresponde a su presidente, o a quien haga sus veces, quien ejercerá dicha facultad siempre que lo considere conveniente y, en todo caso, cuando lo soliciten al menos dos consejeros, en cuyo caso deberá convocarlo para ser celebrado dentro de los quince días siguientes a su petición. La convocatoria se efectuará mediante escrito dirigido personalmente a cada consejero y remitido al domicilio a tal fin designado por cada uno de ellos o, a falta de determinación especial, al registral, con cinco días de antelación a la fecha de la reunión; en dicho escrito se indicará el día, hora y lugar de reunión. Salvo acuerdo unánime, el lugar de la reunión se fijará en el municipio correspondiente al domicilio de la sociedad. El Consejo quedará válidamente constituido, sin necesidad de previa convocatoria, siempre que estén presentes la totalidad de sus miembros y todos ellos acepten por unanimidad la celebración de este.

3. Representación.

Todo consejero podrá hacerse representar por otro. La representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada reunión, mediante carta dirigida al presidente.

4. Constitución.

El Consejo quedará válidamente constituido cuando concurran a la

reunión, presentes o representados, más de la mitad de sus componentes.

5. Forma de deliberar y tomar acuerdos.

Todos los consejeros tendrán derecho a manifestarse sobre cada uno de los asuntos a tratar, sin perjuicio de que corresponde al presidente el otorgamiento de la palabra y la duración de las intervenciones. Necesariamente se someterán a votación las propuestas de acuerdos presentadas por, al menos, dos consejeros. Cada miembro del Consejo puede emitir un voto. Los acuerdos se adoptarán por mayoría absoluta de los consejeros concurrentes a la sesión, salvo disposición legal específica. El voto del presidente será dirimente.

6. Acta.

Las discusiones y acuerdos del Consejo se llevarán a un libro de actas que serán firmadas por el presidente y el secretario del Consejo. Las actas serán aprobadas por el propio órgano, al final de la reunión o en la siguiente; también podrán ser aprobadas por el presidente y el secretario, dentro del plazo de siete días desde la celebración de la reunión del Consejo, siempre que así lo hubieren autorizado por unanimidad los consejeros concurrentes a la misma.

7. Delegación de facultades.

El Consejo de Administración podrá designar de su seno una Comisión Ejecutiva o uno o varios Consejeros Delegados, determinando en todo caso, bien la enumeración particularizada de las facultades que se delegan, bien la expresión de que se delegan todas las facultades legal y estatutariamente delegables. La delegación podrá ser temporal o permanente. La delegación permanente y la designación de su titular requerirá el voto favorable de al menos dos terceras partes de los componentes del Consejo y no producirá efecto alguno hasta su inscripción en el Registro Mercantil.

8. Autorregulación.

En lo no previsto, y en cuanto ni se oponga a las disposiciones imperativas, el Consejo podrá regular su propio funcionamiento.

TÍTULO IV.- EJERCICIO SOCIAL Y CUENTAS ANUALES

Artículo 16º.- Ejercicio social.

Los ejercicios sociales comienzan el 1 de enero y finalizan el 31 de diciembre de cada año natural. Por excepción, el primer ejercicio social comprende desde el principio de las operaciones de la Sociedad hasta el 31 de diciembre de ese mismo año.

Artículo 17º.- Cuentas Anuales.

Las cuentas y el informe de gestión, así como, en su caso, su revisión por auditores de cuentas, deberán ajustarse a las normas legales y reglamentarias vigentes en cada momento. La distribución de dividendos a los socios se realizará en proporción a su participación en el capital. Los socios tienen derecho a examinar la contabilidad en los términos previstos en la Ley.

TÍTULO V.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD

Artículo 18º.- Disolución y liquidación.

- a. La disolución y liquidación de la sociedad, en lo no previsto por estos Estatutos, quedará sujeta a las especiales disposiciones contenidas en la Ley.
- b. Quienes fueren Administradores al tiempo de la disolución quedarán convertidos en liquidadores salvo que, al acordar la disolución, los designe la Junta General.

11. Calendario de ejecución

Fecha	Acción
20 de julio de 2021	Entrega del proyecto empresarial para su evaluación.
26 julio de 2021	Presentación pública del proyecto Agrigal.
30 de julio de 2021	Solicitud y gestión de licencias para la puesta en marcha de su actividad y la puesta en marcha de la aplicación.
9 de agosto de 2021	Comienzo del servicio, junto a colaboradores que potencien las ventas iniciales.

12. Bibliografía

- Agroaguilar (13 de Junio de 2021)
<http://www.soaga.com/agroaguilar-grupo-soaga.php?SESSION=k1nmmmkic18v37nct8r8mh7315>
- Agroinformación. (15 de Enero de 2021). *Análisis del sector primario: La agricultura, tan relevante como poco atractiva para decidirse por ella.*
<https://agroinformacion.com/analisis-del-sector-primario-la-agricultura-tan-relevante-como-poco-atractiva-para-decidirse-por-ella/?cn-reloaded=1>
- Agroserv (12 de Julio de 2021)
<https://www.agroserv.net/>
- Alfersan (11 de Junio de 2021)
<https://alfersan.com/>
- Aportaciones sobre el negocio familiar por parte de la familia del alumno. (Durante toda la realización de proyecto).
- Bol de Cereales (9 de Enero de 2021). *El Triticale ¡Un delicioso cereal reforzado!*
<https://bolcereales.com.ar/alimentacion/el-triticale/>
- Castle Agroindustrial (11 de Junio de 2021)
<https://www.castleagroindustrial.com/>
- Coproga (12 de Junio de 2021)
<http://www.urcacyl.es/>
- Cuerpo-mente (9 de Enero de 2021). *Avena: las propiedades que debes conocer ya.*
<https://www.cuerpomente.com/guia-alimentos/avena>
- Fertiberia (12 de Junio de 2021)
<https://www.grupofertiberia.com/es/>

- Flores Hermosas (3 de Enero de 2021). *La Veza se ha asociado con las plantas de arveja desde la* [Read more](https://www.floreshermosas.top/veza-fotos-tipos-significado-caracteristicas-imagenes/).
<https://www.floreshermosas.top/veza-fotos-tipos-significado-caracteristicas-imagenes/>
- Población mundial (16 de Julio de 2021)
<https://countrymeters.info/es/World>
- PWC (23 de Enero de 2021). El futuro del sector agrícola español.
<https://www.pwc.es/es/publicaciones/assets/informe-sector-agricola-espanol.pdf>
- Querétaro (9 de Enero de 2021). *6 beneficios de comer lentejas.*
<https://www.eluniversalqueretaro.mx/ciencia-y-tecnologia/6-beneficios-de-comer-lentejas>
- SILOS del Cinca. (11 de Enero de 2021). *Maquinaria agrícola para cultivos de cebada y trigo.* <https://www.silosdelcinca.com/maquinaria-agricola/maquinaria-agricola-cultivos-cebada-trigo/>
- Urbón Agrícola (10 de Abril de 2021)
<https://urbonagricola.net/>
- Vanidades (9 de Enero de 2021). *Beneficios de la cebada para la salud. Inclúyela en tu dieta.*
<https://www.vanidades.com/estilo-de-vida/cuales-son-los-beneficios-salud-comer-cebada/>
- Wise Agrotecnología (30 de Enero de 2021). *Las barreras de entrada a la agricultura de precisión.*
<https://wiseagrotecnologia.com/blog-es/234-las-barreras-de-entrada-a-la-agricultura-de-precision>

