



# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Plan de negocio para S1MPLE,  
desarrolladora de soluciones tecnológicas”**

### **AUTOR**

**Alberto Guerra Quintero**

**FACULTAD DE COMERCIO**

**VALLADOLID, 21/07/2022**



# **UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

## **GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2021-2022

### **TRABAJO FIN DE GRADO**

## **Plan de negocio para S1MPLE, desarrolladora de soluciones tecnológicas**

**Trabajo presentado por: Alberto Guerra Quintero**

**Tutor: Marta Herrero**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 21/07/2022

## ÍNDICE DE CONTENIDOS:

<b>1. Introducción .....</b>	<b>5</b>
1.1. Objeto.....	6
1.2. Objetivos .....	7
1.3. Metodología .....	7
<b>2. Idea de Negocio .....</b>	<b>8</b>
2.1. Misión.....	10
2.2. Visión .....	11
2.3. Valores.....	11
<b>3. Análisis Interno y Externo.....</b>	<b>12</b>
3.1.1. Análisis de la situación general.....	12
3.1.2. Factores Políticos.....	13
3.1.3. Factores Económicos .....	15
3.1.4. Factores socioculturales.....	19
<b>3.2. Análisis del entorno específico .....</b>	<b>22</b>
3.2.1. Amenazas de entrada.....	24
3.2.2. Amenaza frente a los sustitutivos .....	25
3.2.3. Amenaza que pueda llegar a través de los clientes.....	25
3.2.4. Poder que pueden llegar a ejercer los proveedores. ....	26
<b>3.1. Rivalidad competitiva .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2. Análisis Interno .....</b>	<b>26</b>
<b>4. Plan de Marketing .....</b>	<b>29</b>
1.1. Producto .....	30
1.2. Precio.....	31
1.3. Comunicación.....	34
1.4. Distribución.....	35
<b>5. Plan de Recursos Humanos.....</b>	<b>35</b>
5.1. Personas Necesarias.....	36
5.2. Organigrama de la empresa .....	38
5.3. Política de empleo .....	38
5.4. Presupuesto del personal.....	39
<b>6. Parte Jurídica de la empresa .....</b>	<b>40</b>
6.1. Forma jurídica elegida.....	40
6.2. Conformación de los socios de la empresa .....	41
6.3. Domicilio Social .....	41
6.4. Objeto social.....	42

6.5.	Tareas necesarias a seguir para crear nuestra compañía .....	42
7.	<b>Plan Económico Financiero</b> .....	42
7.1.	Inversiones que vamos a realizar .....	43
7.2.	Financiación .....	44
7.3.	Ingresos Futuros .....	45
7.4.	Control de Gastos .....	47
7.5.	Gastos Fijos .....	47
7.6.	Amortizaciones .....	48
7.7.	Cuenta de resultados de s1mple S.L .....	48
7.8.	Balance de situación de s1mple S.L .....	49
7.9.	Estado de tesorería de s1mple S.L .....	50
7.10.	Análisis VAN y TIR .....	50
8.	<b>Conclusiones</b> .....	52
9.	<b>Bibliografía</b> .....	53

## 1. Introducción

Antes de entrar a comentar los principales puntos de este plan de empresa, vamos a realizar una breve presentación, para dar a conocer unas pequeñas pinceladas de lo que será este proyecto empresarial que, a fin de cuentas, es el de una empresa dedicada a crear e-business.

En primer lugar, la idea original de este proyecto comienza debido a una mala experiencia que tuve personalmente con un establecimiento, en particular con un centro de fisioterapia. Fue una mala experiencia no por la calidad del mismo, si no por lo difícil que era contactar con ellos y establecer una simple cita debido a la gran demanda que tenían.

Este tema me hizo pensar, ya que no me explicaba como un lugar tan popular no tuviera una simple página web que sirviera como escaparate, donde poder reservar o concertar una cita, conocer los tratamientos que realizan o que se mostrara un simple calendario con las horas disponibles para consulta.

Aprovechando que actualmente trabajo en una empresa dedicada al marketing tecnológico, se lo comenté a un compañero que desempeña labores como desarrollador, para valorar la posibilidad de montar una pequeña empresa que se dedicara a la creación de páginas webs “inteligentes”. Ya que al fin y al cabo, tanto los conocimientos técnicos como la gestión con los clientes no nos eran desconocidos y era similares por no decir idénticas a las labores que desempeñábamos cada uno en la empresa.

Dejando a un lado el porqué de esta idea, vamos a pasar a explicar de qué trata. Haciendo un breve resumen ya que en este documento lo explicaremos con mayor profundidad, queremos crear un plan de negocio para crear una empresa que se dedique al desarrollo de páginas webs “inteligentes” que sirvan para comprar y vender por internet (e-commerce).

Con inteligentes nos referimos a que, además de utilizarlas para darse a conocer y comprar productos, podamos configurarlas para que arrojen datos importantes sobre la empresa, a través de gráficos y estadísticas que sirvan para tomar decisiones estratégicas.

Con datos importantes nos referimos a:

- Productos más o menos vistos en la tienda.
- Mapas de calor sobre el uso de la web, donde conoceremos por qué zonas de la página se mueven los clientes, para así ayudarnos a posicionar los productos o la publicidad para que sean más visibles.
- Productos con más o menos ventas en la tienda.
- Calcular la tasa de conversión de venta de los productos disponibles a la venta, es decir, cómo de frecuente se vende un determinado producto.

Debido a las peculiaridades que tiene este plan de negocio, aprovecharé para comentarlas en varios apartados para que toda la información quede correctamente estructurada.

Comenzaremos este business plan con la presentación de la idea de negocio, donde realizaremos una descripción del producto que vamos a ofrecer juntos a sus diversas funcionalidades.

Continuaremos explicando la forma tan característica y diferenciadora con la que se trabaja de forma habitual en este tipo de empresas, la cual denominaremos “metodología del trabajo”.

Más tarde realizaremos un análisis externo e interno del sector al que nos dirigimos, comentando el desarrollo del plan de marketing y el de recursos humanos. Y por último desarrollaremos el plan económico-financiero. Indicando también el plan de inversiones de la compañía y cómo estructuraremos los ingresos y gastos que tendremos durante el inicio y desarrollo de nuestra actividad.

### 1.1. Objeto

El objeto de este trabajo de fin de grado, es el de crear y desarrollar un plan de negocios efectivo que sirva de guía para la posible creación en un futuro a medio plazo de una empresa de desarrollo de software.

Que tomando como imagen este trabajo nos pueda ayudar a tomar mejores decisiones, aportándonos una mayor claridad y minimización de errores sobre las diferentes partes de nuestra futura compañía.

Como hemos mencionado anteriormente, un business plan son documentos formales en los que se describe la realidad de una futura empresa, dejando bien claro cuáles son los diferentes ámbitos de ella, su estrategia y los objetivos que nos vamos a marcar para avanzar en la dirección correcta.

Tenemos que destacar la importancia de la creación de un buen plan de negocio, porque que puede llegar a desembocar, en tomas de decisiones estratégicas incorrectas que impliquen en una posible quiebra de la compañía.

Esto es producido porque este tipo de documento, analiza la viabilidad que tendrá nuestro negocio antes de invertir una gran cantidad de tiempo y dinero en él. Pudiendo descartar la idea si detectamos que no es rentable, ahorrándonos malos tragos en el futuro.

## 1.2. Objetivos

El principal objetivo de la realización de este plan es el de analizar la viabilidad de la empresa, comentando las principales partes que conforman la empresa para ayudarnos a tomar mejores decisiones en un futuro.

También gracias a la realización de este trabajo podremos identificar, detectar y analizar:

- Las oportunidades, inconvenientes, ventajas y debilidades de la empresa.
- Viabilidad del plan económico-financiero.
- Plan de marketing.
- Plan de recursos humanos.

## 1.3. Metodología

Para la realización de este trabajo se van a tener en cuenta fuentes primarias y secundarias. Es decir, combinaremos información obtenida en base a la experiencia de

realizar labores similares a las descritas en este documento provenientes de mi experiencia personal, con información obtenida de la realización de investigaciones.

## 2. Idea de Negocio

La idea de negocio que vamos a querer crear y desarrollar en este documento, es la de la creación de una compañía que se dedique al desarrollo de software. En primera instancia nos dedicaremos a la creación de e-business parametrizados al cliente, es decir, adaptados a las necesidades específicas que tenga los clientes, para siempre ofrecer exactamente lo que se requiera.

Antes de pasar a explicar el producto que vamos a ofrecer, vamos a explicar en qué consiste una empresa de desarrollo de software. Este tipo de empresas tienen como función la de crear e impulsar desarrollos tecnológicos, que sirvan para ayudar en el manejo de diferentes tareas o buscar eficiencias en los diferentes departamentos de una empresa a través de los diferentes lenguajes de software.

Un ejemplo de actividades que pueden realizar este tipo de empresas son:

- Aplicaciones web.
- Aplicaciones móviles.
- Sistemas que mejoren la contabilidad.
- Sistemas que mejoren los procesos de trabajo.

Una vez explicado qué es una empresa de desarrollo de software, vamos a pasar a comentar cuál va a ser el producto que vamos a fabricar o desarrollar.

Como hemos comentado anteriormente, nuestra idea de negocio es la de crear e-business especializados adaptados a las diferentes singularidades de cada empresa. Ofreciendo siempre la mejor solución que se adapte a los intereses que tenga el cliente, sin ofertar un producto que no se adapte a sus necesidades.

Entendemos como e-business, aquellas webs que además de ofrecer un escaparate para mostrar los diferentes productos o servicios de una empresa aportando cierta información, elaboran estadísticas que ayudan a tomar decisiones estratégicas.



Si hablamos de una tienda dedicada al comercio electrónico, un ejemplo de estadísticas sería:

- Mostrar los productos más vistos por los clientes.
- Aquellos productos que tienen el mayor número de clics.
- Mostar qué productos tienen mayor tráfico de visitas.
- Realizar estudios de ventas perdidas.
- Analizar la tasa de convertibilidad de los productos ofertados, viendo la relación que existe entre las visitas a un producto y sus ventas.

Antes de pasar a explicar el plan de empresa, citaremos brevemente los conceptos y características que se dan en este sector.

El sector tecnológico es un espacio muy amplio en el que residen multitud de empresas que realizan una cantidad ingente de productos y servicios. Al ser un sector que abarca tantas opciones de negocio, es muy importante especializarse en un nicho concreto para tener mayores oportunidades.

Tampoco hay que olvidar de tener suficiente diversificación en tus “creaciones” para lograr tener una oferta considerable que ofrecer a los clientes, para que estos no se vayan a otra empresa por no poder ofrecer un determinado producto o servicio.

Es muy frecuente en este sector que al estar ofreciendo un determinado producto o servicio, las empresas a las que nos estamos dirigiendo estén buscando varios servicios o productos unidos. Un ejemplo aplicado a nuestra empresa sería que además de querer nuestros e-business, quieren también un servicio de consultoría y asesoría.

Debido a esta problemática o forma de actuar de los clientes, tenemos que tener muy presente que debemos conseguir una oferta que este interrelacionada, es decir, ofertar productos que podamos venderlos juntos.

Una vez comentado esta serie de peculiaridades del sector, pasaremos a explicar las principales características que se dan en el, identificadas gracias a la experiencia que tenemos en el sector después de 4 años

- Se trata de un sector en el que las empresas están alineadas al 100% con el cliente.
- El grado o volumen de obtención y tratamiento de los datos que pueden generar los clientes es muy alto, por lo tanto, tenemos que tener las suficientes herramientas para saber explotarlas de la mejor manera posible.
- Es un sector muy dinámico en el que se cambian de estrategias de negocio con mucha facilidad y a una gran velocidad. Por lo tanto, hay que estar abiertos y enfocados al cambio constante.
- El uso y la búsqueda de nuevas herramientas que puedan agilizar y obtener procesos más eficientes.

## 2.1. Misión

Una vez que hemos tomado la decisión de crear esta nueva compañía, su idea de negocio y la idea de ser emprendedores, tenemos que dejar definidos:

- La misión que vamos a tener como empresa.
- La identidad y la imagen de marca que queremos dar a la sociedad, a nuestros posibles clientes y usuarios.

Es importante dejar estos temas definidos en el business plan, debido a que serán los elementos diferenciadores que nos permitirán definirnos a nosotros mismos, el alma que tendrá la actividad que realizaremos y la propia existencia de la empresa.

Por tanto, en “S1mple S.L”, que será el nombre que usaremos a partir de ahora para denominar a nuestra empresa, ofreceremos la mejor experiencia al cliente y un producto que se adapte a las necesidades de ellos. Esto lo complementaremos con un acompañamiento gracias a la asesoría y consultoría que realizaremos.

Gracias a los productos y servicios que les ofrezcamos, conseguiremos alcanzar un valor añadido a nuestros clientes en la toma de decisiones estratégicas, ayudando a la consecución de sus objetivos.

## 2.2. Visión

Con visión nos referimos a cómo vemos a la empresa en un futuro, cómo vamos a orientarnos en el rumbo correcto para cumplir con nuestros objetivos de calidad y crecimiento.

Nos vamos a enfocar siempre en los productos o servicios más demandados en el momento, centrándonos siempre en aportar un valor añadido a la hora de ofrecer un buen acompañamiento a nuestros clientes.

Queremos que nuestros clientes nos consideren parte fundamental en sus negocios, valorando tanto nuestro producto como nuestra asesoría o consultoría. Aportando una mayor claridad a las diferentes decisiones estratégicas en las que les podamos ayudar.

Nos orientaremos siempre en estar actualizados con el mercado actual, desarrollando una hoja de ruta que nos permita estar actualizados en las nuevas funcionalidades que vayan requiriendo los clientes.

## 2.3. Valores

Para poder alcanzar la visión descrita anteriormente, es muy importante dejar definidos previamente los valores o la cultura empresarial que va a imperar en la empresa.

- Nuestra empresa S1mple S.L se compromete a ser honestos con los clientes ofreciéndoles siempre el producto que más se adapte a sus necesidades, nunca ofertando un producto o servicio que sabemos que no les va a aportar ningún valor.
- Nos enfocaremos siempre en ofrecer la mejor calidad en nuestros productos o servicios, aunque esto perjudique en nuestros beneficios. Queremos que se nos conozca como una empresa de calidad, profesional y que siempre se enfoca en ayudar a conseguir los objetivos empresariales de nuestros clientes.
- Nos comprometeremos a realizar siempre un servicio parametrizado y personalizado a cada cliente, ya que entendemos que no hay ningún cliente igual

y por tanto, soluciones que han funcionado para unos clientes no tiene por qué funcionar para todos.

Todos estos compromisos que como empresa nos marcaremos a fuego y que queremos que nos definan, ayudarán a diferenciarnos para obtener los resultados que esperamos, para que los clientes estén satisfechos con ellos y nos puedan valorar de la mejor manera posible.

### 3. Análisis Interno y Externo

#### 3.1.1. Análisis de la situación general

Para entender de la mejor manera posible el sector de las empresas tecnológicas en España y más en particular, aquellas que se dedican al desarrollo de software, tenemos que comentar de qué situación partimos, es decir el contexto general que impera para todos (macroentorno).

Comentaremos esta parte debido a que el marco general influirá a todas las empresas del sector y, por tanto, afectarán de la misma manera tanto a las empresas españolas como a las internacionales.

Por ello, tendremos que explicar de manera general los factores políticos, económicos y demográficos que nos afectan para hacernos a la idea de en qué situación está el sector en el que vamos a operar.

Para analizar todos los factores generales que afectan a nuestra empresa, lo realizaremos a través del análisis PESTEL.

Gracias a este análisis podremos conocer el porcentaje de éxito que tendrá nuestra empresa en un entorno geográfico determinado. Destacamos que es muy importante la realización de este tipo de análisis, debido a que nadie desarrolla una idea o plan de negocio sin tener identificados y calculados los riesgos a los que está sometiendo, los posibles beneficios que pueden conseguir, el nivel de capital que necesita para emprender el negocio o el mercado en el que va a operar.

El análisis PESTEL se centra en los factores macroambientales que afectan a nuestra compañía y el resultado del mismo, nos permitirá conocer las posibles

amenazas y debilidades que afrontaremos a lo largo de nuestro desarrollo y que más tarde las incluiremos en nuestro análisis DAFO.

Este tipo de análisis sirve para conocer y adelantarse a los posibles cambios que se den en nuestro sector de la manera más rápida posible. Porque recordemos, cuanto antes te adaptes a los cambios macros del mercado, antes conseguirás diferenciarte de la competencia obteniendo ventajas competitivas de ello.

Se centra en las fuerzas externas que afectan a nuestra compañía, con externas nos referimos aquellas que no podemos intervenir en ellas y que nos vienen dadas, serían las siguientes:

- Factores políticos. ¿Cuál es la situación política que afronta el país donde se radica la empresa?
- Factores económicos. ¿Cuál es la situación económica que impera en el país donde vamos a desarrollar nuestra actividad?
- Factores sociales. ¿Cuál es la cultura de la sociedad a la que vamos a ir dirigida, su religión, creencias?
- Factores tecnológicos. ¿Qué innovaciones se han dado últimamente en el sector?

### 3.1.2. Factores Políticos

En este apartado vamos a comentar qué factores políticos y legales nos afectan y cómo pueden estos modificar y alterar nuestra actividad si no les tenemos en cuenta.

A nivel legal en el sector tecnológico nos afectan las siguientes legislaciones, todas ellas están relacionados con la seguridad y privacidad de los datos que obtengamos de los clientes de las diferentes compañías con las que trabajemos.

Es decir, tendremos que garantizar que el uso y tratamiento de los datos relacionados con los clientes, los gestionemos de la mejor manera posible para así tener

la máxima confianza de los usuarios. Por tanto, necesitaremos cumplir con las siguientes normativas.

- LSSI-CE: se trata de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Su objetivo principal es velar por los servicios que afectan a la contratación electrónica, llamadas telefónicas o mensajería de texto. Aplicándose a aquellas actividades en las que se haga comercio electrónico, contrataciones en línea y servicios de intermediación.
- LOPDGDD y RGPD: así se denomina a la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales y el Reglamento General de Protección de Datos. Aquel conjunto de normas que se encargan de cuidar y proteger la privacidad de los datos personales de los clientes.

Es una legislación que deberemos tener muy presente ya que gestionaremos datos de clientes, proveedores y los propios trabajadores de la empresa.

El hecho de cumplir perfectamente con todas las disposiciones legales que existan en el país y mercado que operemos es muy importante debido a dos factores:

- Evitar posibles sanciones que provenga de los organismos, sancionándonos por no cumplir con sus directrices.
- Cumplir con las normas de forma estricta nos permitirá diferenciarnos con la competencia, mostrándonos al mercado como una empresa profesional que se toma en serio los derechos y libertades.

Como factores políticos destacaremos que nos encontramos en una época incierta debido a la pandemia generada por el coronavirus. Es cierto que poco a poco estamos saliendo de la crisis pero nos estamos acercando a otro problema que se está acrecentando y es la inflación.

Las enormes cantidades de deuda que poseen la gran mayoría de los países unido al conflicto armado actualmente en Ucrania, está produciendo una subida en la inflación con el correspondiente encarecimiento de todos los productos a nivel general.

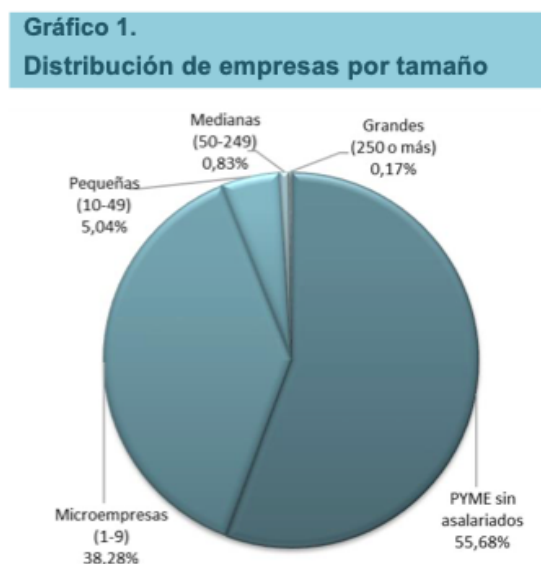
No obstante, todas estas situaciones que nos afectan negativamente en el desarrollo de nuestra actividad, se ven disminuidas al pertenecer a un organismo supranacional como lo es la Unión Europea. Por tanto, nos debería de aportar más seguridad y estabilidad que si afrontáramos la misma situación siendo un país “aislado”.

### 3.1.3. Factores Económicos

Una vez explicado los factores legislativos y políticos que nos vamos a encontrar en el contexto en el que vamos a operar, pasaremos a comentar los factores económicos que van a permanecer en el presente durante el desarrollo de nuestra compañía.

El mercado español que es en el que principalmente vamos a operar, está compuesto en un 99% por empresas de tamaño micro y pequeñas, un 0,83% lo conformarían empresas de tamaño medio y por último, un 0,17% lo formarían empresas de tamaño grande, como podemos ver en el siguiente diagrama de sectores obtenido del Ministerio de industria, Comercio y Turismo para el mes de marzo de 2021.

Gráfico 1: Distribución de empresas por tamaño

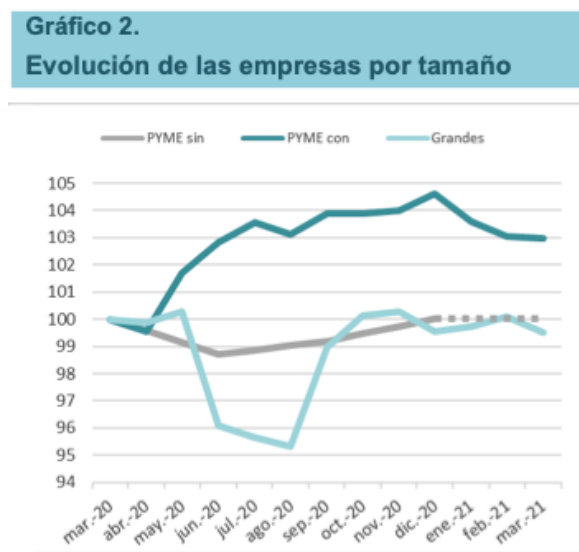


Fuente: Fuente: Estudio “Cifras Pyme” del INE perteneciente a datos de marzo del 2021.

También podemos observar en el siguiente gráfico que nos ofrece también el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que la evolución de las empresas según su tamaño sigue por el mismo camino.

Es decir, en términos generales se distingue un incremento constante en el crecimiento del número de empresas Pymes con asalariados frente a empresas de tamaño grande.

Gráfico 2: Evolución de las empresas por tamaño



Fuente: Fuente: Estudio “Cifras Pyme” del INE perteneciente a datos de marzo del 2021.



Gráfico 3: Empresas por tamaño

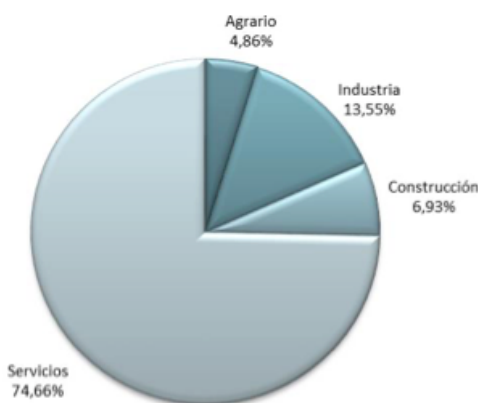
Tabla 1. Empresas por tamaño			
Empresas por tamaño	Número de empresas	Tasa de variación %	
		mensual	anual
<b>PYME (0-249 asalariados)</b>	<b>2.872.190</b>	<b>-0,03</b>	<b>1,31</b>
PYME sin asalariados (0 asalariados) <sup>2</sup> 4T2020	1.601.769	0,00	0,03
PYME con asalariados (1-249 asalariados)	1.270.421	-0,07	2,97
Microempresas (1-9 asalariados)	1.101.334	-0,03	3,14
Pequeñas (10-49 asalariados)	145.078	-0,40	2,15
Medianas (50-249 asalariados)	24.009	-0,05	0,15
<b>Grandes (250 o más asalariados)</b>	<b>4.754</b>	<b>-0,59</b>	<b>-0,48</b>
<b>Total Empresas</b>	<b>2.876.944</b>	<b>-0,03</b>	<b>1,30</b>

Fuente: Fuente: Estudio “Cifras Pyme” del INE perteneciente a datos de marzo del 2021.

Vamos a continuar hablando sobre cómo está conformado el empleo por sectores en España. Como podemos comprobar en esta tabla y gráfico, al sector al que vamos dirigidos que es el sector servicios, representa aquel con mayor número de empleados.

Gráfico 4: Empleo por sectores y Distribución sectorial del empleo

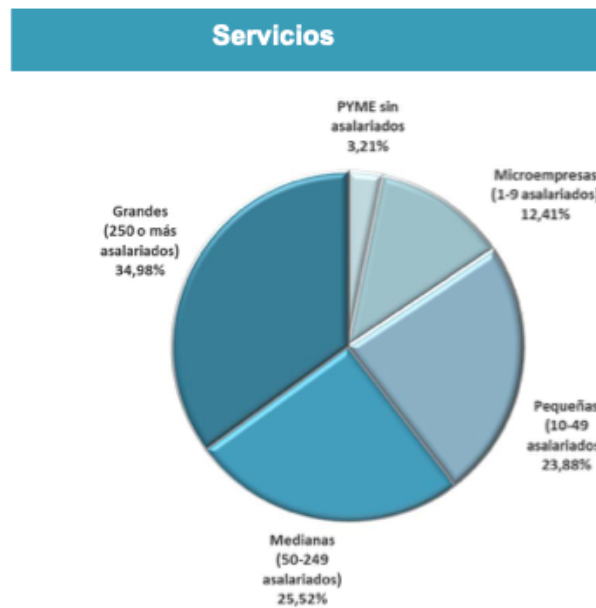
Tabla 5. Empleo por sectores				Gráfico 6. Distribución sectorial empleo	
Sectores	Empleo	Tasa de variación %			
		Mensual	Anual		
Agrario	761.225	-6,10	3,55		
Industria	2.120.737	-0,39	1,06		
Construcción	1.084.444	0,01	13,77		
Servicios	11.686.501	-0,25	0,96		
<b>Total Empleo</b>	<b>15.652.907</b>	<b>-0,55</b>	<b>1,89</b>		



Fuente: Estudio “Cifras Pyme” del INE perteneciente a datos de marzo del 2021.

Y por último en el siguiente diagrama de sectores, podremos ver qué tipo de tamaño de empresas predomina en el sector Servicios. Como vemos el 65% de las empresas pertenecen a micro, pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 5: Composición del Sector Servicios en España



Fuente: Estudio "Cifras Pyme" del INE perteneciente a datos de marzo del 2021.

Las conclusiones que podemos obtener de este pequeño análisis del tejido empresarial de España son:

- En la economía española predominan en gran número empresas de tamaño micro y pequeñas.
- La mayoría de los trabajadores en España se concentran en empresas del sector servicios.
- Y que el 65% de las empresas pertenecientes al sector servicios en España son micro, pequeñas o medianas empresas.

Esto quiere decir, que la estructura que vamos a tener como empresa es la predominante en el país. Con esto conseguiremos una menor probabilidad que España

adopte medidas o leyes que nos perjudiquen, ya que al suponer el 99% del número de total de empresas del país no podrá realizar cambios drásticos, ya que esto generaría un cambio importante en el país.

También nos vamos a centrar en el sector con el mayor número de trabajadores. Esto presumiblemente nos ayudará a la hora de encontrar trabajadores para nuestra plantilla, obteniendo así una mayor competitividad a la hora de elegir el perfil que estamos buscando.

Para terminar de analizar los factores económicos que nos afectarán a la hora de crear nuestra nueva compañía, tenemos que comentar que España estaba en un proceso de recuperación económica tras la crisis de 2007 y los años sucesivos como así demostraba los principales datos macroeconómicos:

- Las altas tasas de desempleo se estaban corrigiendo.
- La cifra del PIB estaba recuperando los niveles aceptables.
- El descenso del paro.

En términos generales esto nos beneficia ya que la corrección de los principales datos macroeconómicos fomenta un mayor consumo en los hogares.

Sin embargo, actualmente existe una gran incertidumbre con la crisis generada por el coronavirus y la originada por el conflicto armado en Ucrania. Provocando el alza en los precios de los combustibles y materias primas, encareciéndose todos los productos que se ofrecen en el mercado unido a un periodo inflacionista.

Aunque esto no nos impacte de forma directa en nuestra empresa si lo hace en nuestros clientes, pudiendo desembocar en una menor contratación de nuestros servicios, ya que puede darse el caso de que no destinen suficientes recursos a temas relacionados con el marketing, por contrarrestar otros déficits que tengan originados por los efectos de esta crisis.

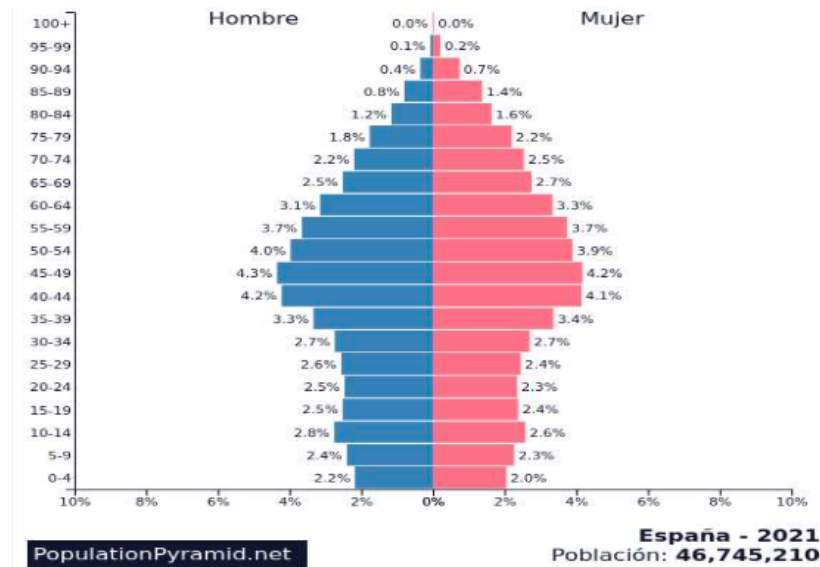
#### 3.1.4. Factores socioculturales

Como sabemos se está produciendo un cambio demográfico en España de forma continua y profunda, ya que la pirámide poblacional está viéndose afectada, hasta tal punto de considerar a la población española como una sociedad envejecida.

Esto es debido a que la pirámide poblacional en España está derivando a una pirámide regresiva. Este tipo de pirámides poblacionales se caracterizan por una base más estrecha en los rangos de edad hasta los 34 años para ensancharse en los tramos de 35 a 64 años.

Esto supone que el porcentaje de personas mayores es superior, traduciéndose en unas tasas de natalidad y crecimiento natural bajas frente a una tasa de decesos mayor. Este tipo de pirámides es propio de países desarrollados.

Gráfico 6: Pirámide poblacional España 2021



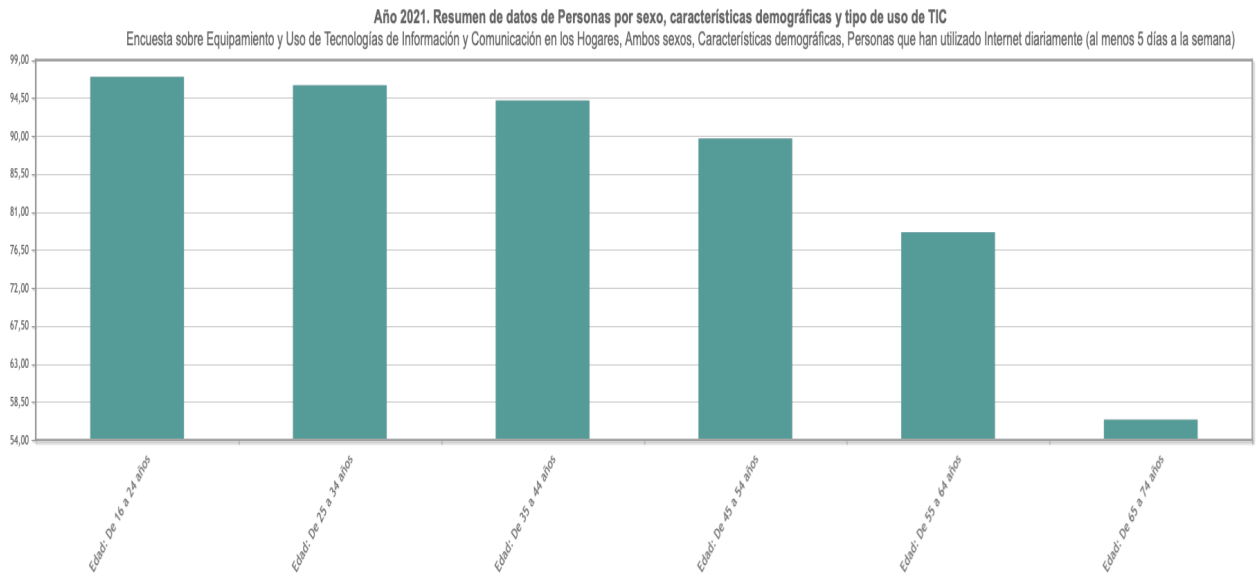
Fuente: <https://www.populationpyramid.net/es/españa/2021>

Esta situación es generada por el incremento de la esperanza de vida unido al descenso en el número de nacidos. Por lo que, de acuerdo al INE, en el año 2033 la población con 65 o más años supondrá el 25% de la población total.

Esto supone que como empresa dedicada a la tecnología podamos tener inconvenientes, ya que nos enfrentamos a una población envejecida no acostumbrada al uso de las tecnologías, pudiendo provocar que no adquieran nuestros productos al no ser tangibles y no vean la utilidad de los mismos.

No obstante, debemos tener presentes los resultados obtenidos a través del INE en la encuesta pertenecientes al “Equipamiento y Uso de las Tecnologías”. Los resultados arrojados son los siguientes:

Gráfico 7: Resumen datos de personas, características demográficas y tipo de uso de TIC

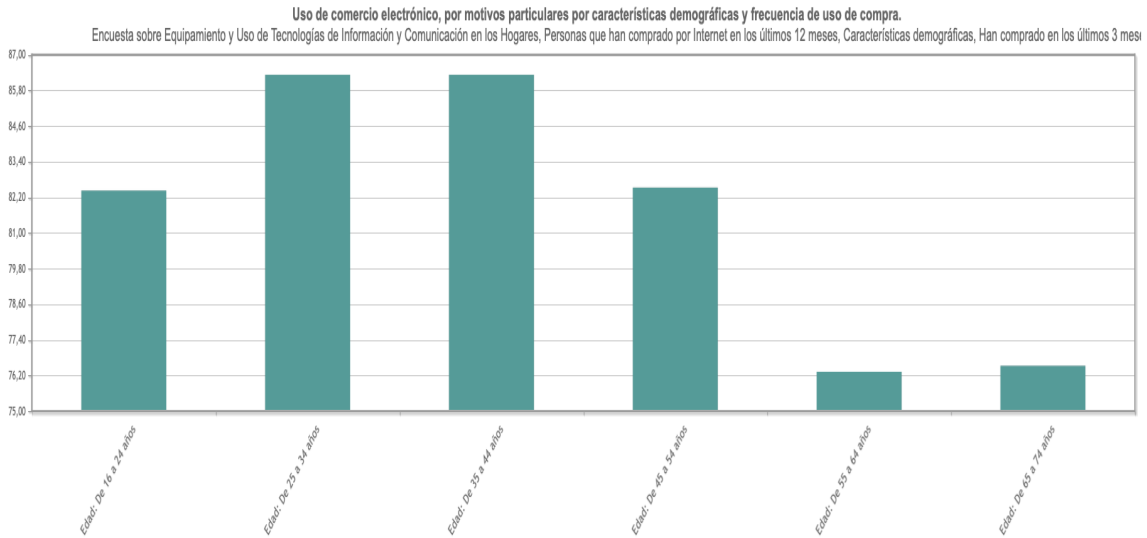


Fuente: Encuesta del INE sobre Equipamiento y Uso de la Tecnología de información y Comunicación en los Hogares.

Esta gráfica representa las personas agrupadas por edades que han usado internet diariamente en el año 2021. Podemos comprobar que, si bien es cierto que nos enfrentamos a una pirámide regresiva, caracterizada por una población cada vez más envejecida, observamos que cada vez las personas con edades avanzadas utilizan más internet.

Por último, nos apoyaremos en esta gráfica final para concluir que, aunque nos acercamos a una sociedad cada vez más envejecida, el uso de las tecnologías va a estar siempre presente incluso en determinados casos será esencial y obligatorio, debiendo aprender su uso aquellos grupos poblacionales que no están habituados a ello.

**Gráfico 8: Uso de comercio electrónico**



Fuente: Fuente: Encuesta del INE sobre Equipamiento y Uso de la Tecnología de información y Comunicación en los Hogares.

Esta gráfica muestra las personas que han realizado alguna compra online en los últimos 3 meses, agrupado por edades. Podemos observar que el porcentaje mínimo de compra online en los últimos 3 meses es del 76% en los grupos de edades de 55 a 64 años.

Por tanto, podemos inferir a través de estas estadísticas, que el impacto que tendremos al enfrentarnos a una población envejecida será reducido e incluso, estas estadísticas seguirán mejorando con el paso del tiempo.

### 3.2. Análisis del entorno específico

Una vez explicado el macroentorno de la empresa, es decir, todas aquellas circunstancias que son ajenas y de las que no tenemos ningún control, pasaremos a comentar y a realizar el estudio del microentorno. Que lo realizaremos a través del modelo de las 5 Fuerzas de Porter, el cual nos ayudará hacernos a la idea de la situación del sector en el que vamos a operar y tomar las mejores decisiones con la mayor certeza posible.

Este tipo de análisis que vamos a utilizar nos va a ayudar a identificar y definir la competitividad que existe en un mercado o sector concreto a través de:

- Evaluando la amenaza de la entrada de nuevos competidores.
- Analizando las rivalidades entre los competidores que existen en el sector actualmente.
- La posible amenaza que puede suponer productos y servicios sustitutos.
- El grado del poder de negociación que tienen los proveedores hacia nosotros.

Y por último el poder negociación que tienen la tipología de cliente al que vamos dirigidos.

Gráfico 9: 4 Fuerzas de Porter



Fuente: JOHNSON, G., SCHOLLES, K., WHITTINGTON, R.: "Fundamentos de estrategia". Madrid: Pearson Educación, 2010, pág. 72

### 3.2.1. Amenazas de entrada

Con amenazas de entrada nos referimos a las posibles barreras de entradas que nos vamos a poder encontrar en el momento que decidamos entrar en el sector.

Es fundamental por numerosas razones el conocer de antemano las barreras de entrada que nos vamos a encontrar, es decir, la dificultad que va a ser competir en el mercado al que vamos a ir dirigido:

- Ya que será el primer escollo al que nos enfrentaremos antes de iniciar la actividad.
- Cuando hayamos conseguido una cuota de mercado mínima en el sector, tenemos que conocer con qué facilidad pueden entrar nuevos competidores en la escena.

Sabiendo esto, vamos a comenzar a explicar las barreras de entrada que nos vamos a encontrar en el sector tecnológico y más en particular en el del desarrollo de software.

- La principal barrera de entrada que nos vamos a encontrar en este sector, es la elevada diferenciación que existen en los productos ofrecidos por las diferentes empresas que operan en el mercado. Es decir, al poder digitalizar y automatizar infinidad de procesos, existen productos diferentes para cada proceso y estos, están perfectamente identificados a la empresa que los desarrolla por los propios clientes.

Por lo tanto, nuestra empresa necesitará diferenciarse para captar la atención de los futuros nuevos clientes que permita superar la lealtad que poseen los clientes con las empresas que lideran el sector actualmente.

- Una segunda barrera de entrada sería que la tecnología que nos solicitan los clientes ya que, en algunas ocasiones, se encuentra patentada. Esto quiere decir que existen un número de empresas que tienen la propiedad intelectual de los productos y tenemos que pagar por utilizarlas.



- También podemos considerar como barrera de entrada los elevados costes que suponen a los clientes querer cambiar de proveedores.
- Y la última barrera de entrada que consideraremos en nuestro sector, son las diferentes eficiencias que pueden llegar a conseguir y tener las empresas asentadas con respecto a las que entran nuevas.

Es decir, los costes originados de la creación de los productos por parte de las empresas que actualmente operan en el mercado, van a ser inferiores con respecto a las empresas que entren nuevas. Ya que las antiguas habrán generado eficiencias debido a su experiencia a la hora de elaborar el producto, permitiéndoles reducir costes. Es decir, las empresas asentadas en el sector pueden llegar a conseguir economías de escala debido a su experiencia previa.

### 3.2.2. Amenaza frente a los sustitutivos

Con este apartado nos referimos a la manera que tienen nuestros clientes de encontrar productos similares, que puedan llegar a sustituir por otro producto en vez del nuestro.

Comentando este tema, es uno de los mayores peligros que nos podemos llegar a encontrar en nuestro mercado. Ya que es una característica que define lo especial que es nuestro sector, el de desarrollo de software.

Esto es debido a que, gracias a los lenguajes de programación, productos que no estaban definidos para realizar una determinada funcionalidad, se puedan llegar a modificar para añadirla y cumplir con los requisitos. La adicción de esta funcionalidad puede llegar a suponer que el cliente quede contento y no llegue a comprar nuestro producto que de origen estaba hecho para cubrir esa necesidad.

### 3.2.3. Amenaza que pueda llegar a través de los clientes

Nos referimos especialmente al poder que tienen los clientes a la hora de la negociación y que estos puedan ejercernos una gran presión cuando queramos apalabrar un presupuesto. En nuestro caso y al sector al que vamos a ir dirigidos no nos afecta especialmente, puesto que el principal problema que vamos a tener a la hora de

negociar es el precio del producto o asesoramiento. En muchas ocasiones los clientes querrán ajustarlos al máximo, pero nosotros podremos defenderlo con facilidad, ya que la gran mayoría de los clientes a los que nos vamos a dirigir no tienen los conocimientos técnicos para rebatirnos.

#### 3.2.4. Poder que pueden llegar a ejercer los proveedores.

En nuestro caso particular, será muy importante seleccionar correctamente desde un primer momento los proveedores de software con los que vamos a trabajar. Debido a que el cambio puede llegar a suponer gran cantidad de tiempo y dinero.

También añadir, que es importante actualizar los contratos de los servicios con los proveedores que vayamos usando, ya que en muchas ocasiones el precio que pactamos en su momento no se ajusta al precio actual del mercado, es decir, es superior y podemos generar eficiencias.

### 3.1. Rivalidad competitiva

Como hemos comentado en los anteriores puntos, nuestro sector se caracteriza por tener una fuerte competitividad, así que, para poder subsistir en el mercado durante un largo periodo de tiempo, tendremos que diferenciar nuestro producto y empresa de la competencia.

Esto lo llevaremos a cabo teniendo el producto lo más actualizado posible, con las funcionalidades que estén demandado los clientes y también, prestando un servicio de acompañamiento con la asesoría y consultoría que realicemos.

### 3.2. Análisis Interno

Pasaremos a explicar y desarrollar el análisis interno que realizaremos de “s1mple”. Entendemos como análisis interno el estudio que realizaremos sobre las peculiaridades o características que tiene la empresa para combatir y desenvolverse con la competencia.

Lo realizaremos a través del análisis de la cadena de valor. En él se reflejan las virtudes o ventajas que posee la empresa frente a la competencia. Es decir, vamos a realizar un estudio comparando cómo es nuestra empresa frente a la competencia, desde las actividades que realizamos a la estructura de la empresa.

A fin de cuentas, lo que estamos buscando es determinar e incrementar en la medida de lo posible el valor adicional que aportamos a los clientes frente a lo aportado por nuestros competidores.

Para ello deberemos analizar todas las prestaciones que ofrecemos a nuestros clientes, para luego analizarlas en función de su relación valor-coste. Esto nos ayudará a detectar de qué modo y en qué medida nos diferenciamos de nuestra competencia.

Dividiremos las tareas que desarrolla la empresa en dos:

- Primarias: son aquellas que nos diferencian de la competencia y nos proporcionan una ventaja competitiva en el mercado.
- Secundarias: aquellas que no generan un valor intrínseco y diferencial, pero son necesarias para el desarrollo de la empresa.

A continuación, comentaremos cómo está compuesta la cadena de valor que define a nuestra empresa.

- a) Tareas primarias: como hemos comentado anteriormente, son aquellas actividades que generan un gran valor añadido y nos permite diferenciarnos de nuestra competencia.

En nuestro caso como tareas primarias destacaríamos las siguientes:

- E-commerce parametrizados: el producto que ofrecemos a los clientes está 100% personalizado, es decir, el cliente tiene exactamente el producto que ha solicitado. Esto generará una gran satisfacción en ellos ya que nos les venderemos algo que no utilicen.

Es habitual en este tipo de sector que el cliente no pueda tener exactamente el producto que desea por un precio competitivo, debido a que las empresas tienen empaquetados estas soluciones digitales de tal forma, que el cliente tenga que hacer un esfuerzo económico mayor para obtener lo que quiere.

Es decir, la gran mayoría de estas empresas tienen como modelo de ventas, ofrecer este tipo de soluciones en diferentes versiones.

- La versión Básica: en la que están incluidas una serie de funcionalidades primarias por un coste más reducido.
- Una versión Estándar: en la que se añaden una serie de funcionalidades adicionales.
- Versión Premium: en la que se añaden todas las funcionalidades disponibles.

Debido a esto, muchas veces los clientes tendrán que afrontar pagos mayores por obtener las funcionalidades que necesitan a cambio de pagar por funcionalidades que no utilizan.

En nuestra empresa para combatir esta problemática, únicamente venderemos un paquete básico y las funcionalidades por separado. Ya que dependiendo de qué tipo de empresa contrate nuestros servicios, necesitará una funcionalidad u otra.

- Asesoría y consultoría a medida: al ser una nueva empresa en el sector, entendemos que el producto que vamos a ofrecer en un primer momento no va a competir con los principales productos del mercado, debido a la poca experiencia que tenemos.

Por esta razón nuestro factor diferencial a parte de nuestro producto personalizado, será el acompañamiento que tengamos con el cliente. Con acompañamiento nos referimos al servicio de consultoría, asesoría y asistencia que daremos a nuestros clientes.

En todo momento estaremos a disposición de nuestros clientes a la hora de realizar cualquier tipo de análisis que requieran y también, si necesitan de nuestras labores de consultoría para tomar mejores decisiones estratégicas.

b) Tareas secundarias: recordamos que son aquellas actividades que no aportan un valor diferencial a la empresa, pero son necesarias para la continuidad de la misma. Indicaremos las principales:

- Conocimiento del equipo: destacaremos los conocimientos y la experiencia que tenemos tras haberlas realizado en un periodo de 4 años:
  - Parte técnica: habilidades en diferentes lenguajes de programación y realización de diversas funcionalidades a nivel de desarrollos.
  - Parte gestión: habilidades a la hora de gestionar clientes, consultoría y asesoría.
- Gestión de la plantilla: gracias a la experiencia que hemos tenido siendo trabajadores integrados en un equipo, sabremos contratar el mejor tipo de perfil que se adapta a nuestra situación en todo momento, como también saber retener y gestionar la correctamente la carrera profesional de nuestros futuros trabajadores.
- Forma de trabajo: nuestra empresa trabajará incorporando las metodologías ágiles en su estructura para conseguir ser lo más eficientes en los procesos. Este tipo de metodología de trabajo la explicaremos más adelante en el documento, ya que es un factor diferencial y especial que se da en las empresas que se dedican al desarrollo de software.
- Gobierno de la empresa: aplicaremos automatizaciones y herramientas creadas por nosotros mismos, para reducir la burocracia que se origina por el trascurso de la actividad de la empresa.

#### 4. Plan de Marketing

Entendemos como Plan de Marketing la elaboración de la hoja de ruta para que nosotros como empresa, no demos pasos en falso tomando decisiones estratégicas erróneas.

En el plan indicaremos:

- Los posibles estudios sobre el mercado al que vamos a ir dirigidos.
- Las metas que queremos alcanzar.
- La definición de las medidas a implementar.
- Y la ejecución de las decisiones que tomemos para llegar a alcanzar los objetivos propuestos.

Generalmente este tipo de documentos tiene una vigencia de 1 año, por lo que es recomendable que nosotros mismos lo revisemos para ver si existe alguna posible modificación que realizar.

Ya que es importante que la hoja de ruta que seguirá nuestra empresa esté completamente actualizada, para no cometer errores en la toma de decisiones. Tendremos que volver a sondear el mercado, analizar la competencia, establecer nuevos objetivos y marcar los ya cumplidos, etc...

Tras el análisis que hemos ido realizando en este documento, nos centraremos en realizar un plan enfocado al marketing operativo, es decir, analizando las 4 P del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación).

### 1.1. Producto

Partiendo de la base que vamos a ofrecer el producto más personalizado posible, tenemos que elaborar la siguiente estructura para conseguir satisfacer a toda tipología de cliente y así, no perder ningún cliente por no poder ofrecerle lo que requiere.

Por un lado, como empresa venderemos estos tipos de productos/servicios:

- Realización de e-commerce: será nuestro producto base. Pondremos a la venta en el mercado un e-commerce con las funciones básicas, al que podrás ir mejorando, incluyendo funcionalidades dentro de una lista que facilitaremos a los clientes. Así de esta forma, el cliente podrá obtener un producto adaptado a sus necesidades por el menor coste posible.
- Mantenimiento: contratar este producto acarreará también, un coste asociado para el mantenimiento. Ya que una vez creado el e-commerce,

es necesario periódicamente revisarlo, para evitar futuras problemáticas que lleguen afectar al correcto funcionamiento del mismo.

- Consultoría y Asesoría: el cliente podrá contratar nuestros servicios de asesoría con respecto al e-commerce que vamos a ofrecerle. Con asesoría nos referimos a cualquier tipo de análisis o petición que quieran realizar, en base a los datos o mediciones que obtengamos gracias al e-commerce.

## 1.2. Precio

A la hora de realizar la estrategia de precios que tendrá nuestra empresa, tendremos que tener en cuenta, antes de nada, cómo vamos a vender nuestro producto.

Atendiendo a los comentarios del anterior punto, sobre cómo va a ser nuestro producto, nos permitirá a estructurar y establecer los precios de nuestros productos y servicios:

a) Precio E-commerce: en primer lugar, tendremos un precio estándar para la creación de un e-commerce básico (750 €). Este precio será aplicable para todos los clientes y solo se tendrá que abonar una vez.

b) Mantenimiento de plataforma: al e-commerce irá asociado un coste mensual para mantener la plataforma libre de errores. Este coste cubrirá posibles correcciones que haya que realizar para evitar futuros errores y mejoras menores que nos vayan solicitando los clientes.

c) Bolsa de horas: ofreceremos a los clientes una bolsa de horas para que puedan requerirnos el tiempo exacto que necesiten. Estas horas podrán consumirse para labores de consultoría/asesoría o para realizar desarrollos de funcionalidades. Claramente habrá dos tipos de precios para estas bolsas de horas.

- Bolsa de hora para consultoría y asesoría: 35 euros la hora.
- Bolsa de horas para desarrollos: 70 euros la hora.

Estas bolsas de horas tienen un límite de uso de un año, es decir, si el cliente no hace efectiva estas horas en un año desde la fecha de la compra de las mismas, estas horas dejarán de ser válidas para su uso.

A grandes rasgos la prestación de servicios en este mercado se puede realizar de dos formas:

- A través de bolsas de trabajo: cada empresa anuncia mediante licitaciones los productos y servicios que necesitan, estableciendo y especificando desde un primer momento qué producto o servicio requieren y el precio que están dispuestos a ofrecer.

Por tanto, para este tipo de contrataciones no es posible determinar nuestro precio hora, nos tendremos que amoldar a lo que indique la licitación en cuestión, viendo si nos es rentable realizarlo o no.

- Contacto previo con la empresa: es decir, que haya un acercamiento inicial por nuestro parte ofreciendo nuestros productos y servicios, donde nosotros podremos indicar nuestras condiciones.

A la hora de calcular nuestro punto muerto, es decir, cuántos productos y servicios tenemos que vender para ser rentables, lo calcularemos de la siguiente forma.

Ponemos como ejemplo que el tipo de prestación de servicio que vamos a realizar, será el de contactar previamente con la empresa para ofrecerles nuestros productos y servicios bajo nuestras condiciones. Lo haremos bajo esta premisa, debido a que de esta forma sabremos el precio exacto del producto y servicio que vamos a ofrecer.

A continuación, calcularemos nuestros gastos fijos que tendremos. Lo realizaremos a través de una media de los gastos fijos desde el año 2 al 5 (no contamos el año 1 porque no aplicarán los gastos fijos en su totalidad) obteniendo los siguientes datos.

Concepto	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Personal	45.484 €	46.394 €	47.322 €	48.268 €
<b>Gastos Fijos</b>	<b>10.310 €</b>	<b>10.337 €</b>	<b>10.363 €</b>	<b>10.384 €</b>



Donde los gastos de personal se incrementarán anualmente un 2% y están calculados de la siguiente forma:

Plantilla	S.Bruto año	S.Bruto mes	SS Emp Anual
Responsable Área Técnica	16.800 €	1.400 €	3.854 €
Responsable Área de Negocio	16.800 €	1.400 €	3.854 €

Plantilla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Responsable Área Técnica	10.534 €	21.067 €	21.488 €	21.918 €	22.357 €
Responsable Área de Negocio	10.534 €	21.067 €	21.488 €	21.918 €	22.357 €
<b>TOTAL</b>	<b>21.067 €</b>	<b>42.134 €</b>	<b>42.976 €</b>	<b>43.836 €</b>	<b>44.714 €</b>

Y los gastos fijos indicados anteriormente provienen de:

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	1.210 €	1.210 €	1.230 €	1.247 €	1.260 €
Agua	250 €	250 €	257 €	266 €	274 €
Web y Mantenimiento	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Alquiler Oficina		6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Folletos	750 €	750 €	750 €	750 €	750 €
Teléfono e Internet	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Mantenimiento Equipos	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.310 €</b>	<b>10.310 €</b>	<b>10.337 €</b>	<b>10.363 €</b>	<b>10.384 €</b>

Realizando una media aritmética de los años 2, 3 y 4 observamos que los gastos de personal ascienden a 42.982 € y los gastos fijos a 10.337 €. Por tanto, se corresponden con unos gastos fijos por valor de 53.319.

El precio de venta de los e-commerce es de 750 € y su coste de producción aproximadamente es de 350 €, ya que las horas de desarrollo para elaborar un e-commerce básico es de 5 horas.

Aplicando la fórmula para calcular el punto muerto:

$$Q_c = CF / (PV_u - CV_u),$$

Vemos que deberíamos de elaborar 133 e-commerce al año para empezar a ser rentables.

Esta fórmula la hemos realizado únicamente suponiendo que vendemos solo los e-commerce; en una situación real habría que sumar el mantenimiento obligatorio más las posibles horas de consultoría o desarrollo que el cliente quisiera contratarnos.

### 1.3. Comunicación

Para dar a conocer nuestra empresa “S1mple S.L” al mercado y sobre todo a nuestros clientes, tendremos que elaborar una serie de acciones para promocionarnos. Para ello crearemos una consecución de medidas que comuniquen los valores de la empresa, su cultura, los productos y servicios que ofrecemos.

Esta campaña de publicidad nos ayudará a presentarnos al mercado, para que los clientes nos conozcan y sepan del trabajo que estamos realizando.

Hemos definido nuestra política de comunicación de la siguiente manera para ser lo más eficientemente posible:

- Uno de los principales elementos que utilizaremos será nuestra página web. En ella los clientes podrá visualizar de un simple vistazo qué tipo de productos o servicios ofrecemos, así como un espacio para realizar muestras de nuestro producto, posibles casos de uso y vídeos explicativos. Por último, habrá un espacio dedicado a resumir las principales novedades o tecnologías del sector.
- La principal red social que utilizaremos será LinkedIn, ya que consideramos que en el entorno labora es la red que más predomina. En ella realizaremos post semanales explicando de qué manera podemos mejorar el negocio de nuestros clientes, presentando casos de uso, explicando algún tipo de tecnología que estamos utilizando actualmente, etc.

- Por último, realizaremos visitas personales para aquellos clientes que estén interesados. En este tipo de visitas llevaremos plantillas con modelos básicos, para que los clientes puedan llegar a ver el producto final.

#### 1.4. Distribución

En un primer momento no tendremos habilitado ningún local u oficina, ya que al comienzo lo realizaremos desde nuestros propios domicilios.

Gracias al sector y la actividad a la que nos dedicamos, no es necesario en un primer momento disponer de unas oficinas físicas, ya que atenderemos de forma online.

Una vez que el negocio avance y veamos el retorno del mismo, pensaremos en alquilar una pequeña oficina para tener centralizado el centro de trabajo en un mismo punto. Consideremos que no es muy relevante en un primer momento el alquiler de oficinas o locales, ya que nos dedicamos a un negocio que no es necesario estar cerca de nuestros clientes y podemos realizar cualquier gestión vía online.

#### 5. Plan de Recursos Humanos

A continuación, pasaremos a explicar el plan de recursos humanos que vamos a realizar en la empresa.

Aunque seamos una empresa de nueva creación y al inicio, compuesta por tan solo dos personas. Es importante que desde el principio tengamos definido cómo va a ser la plantilla que tengamos en la empresa y los perfiles que vamos a solicitar.

Por tanto, este plan detallará las habilidades que tendrá cada miembro de la plantilla, indicando sus responsabilidades teniendo siempre en cuenta, el tamaño y el dimensionamiento de la compañía.

La creación de un buen plan de recursos humanos nos permitirá que los trabajadores que incorporemos a la empresa, estén completamente alineados con la cultura empresarial.

La importancia que vamos a dar a esta parte dentro de la empresa, es debido a los estudios de gestión del talento que han sido realizados por las principales empresas del mundo, los cuales arrojan las siguientes conclusiones:

- En algunas ocasiones resulta hasta tres veces más caro, realizar una nueva contratación en vez de mantener a un trabajador productivo.
- Un trabajador nuevo en la compañía puede llegar a necesitar un total de seis meses para adquirir la productividad deseada.
- Para que un trabajador haya absorbido y esté alineado al 100% con la cultura de la empresa, es necesario que permanezca un mínimo de dieciocho meses.

En conclusión, es necesario realizar un plan estratégico de recursos humanos debido a que el principal coste de las compañías son las personas que lo conforman y por tanto, debemos encontrar eficiencias a la hora de encontrar, mantener y motivar a nuestros trabajadores.

### 5.1. Personas Necesarias

Inicialmente la compañía se iniciará con dos trabajadores, los cuales se corresponderán con los dos socios fundadores. En un principio la plantilla estará conformada por los siguientes puestos que están diseñados en función de qué área nos vamos a ocupar cada uno:

- Responsable del área técnica.
- Responsable del área de negocio.

Como hemos comentado con anterioridad, este proyecto empresarial lo vamos a realizar entre dos personas, las cuales formamos las principales partes de una empresa, el área de negocio y el área técnica.

Vamos a realizar un pequeño resumen de las funciones que tendrán cada una de estas partes comentadas:

- a) Área de Negocio: será la parte encargada de crear clientes y gestionarlos. Esta parte tiene como función, tener un contacto estrecho con los clientes, realizando una buena gestión de los mismos para entender qué tipo de producto o servicio quieren, reuniendo todo tipo de especificaciones y requerimientos para plasmarlos a la parte técnica, que será la que se ocupe de llevarlos a cabo.

También deberá escuchar a la parte técnica para ofrecer nuevas funcionalidades a los clientes o posibles eficiencias a aplicar en las peticiones de los mismos, ya que es la parte que posee la información técnica del producto.

Por último, está será la función la que desempeñaré, ya que los conocimientos aportados por mis estudios están más orientados a ella.

- b) Área Técnica: se corresponde con la parte encargada de elaborar el producto, la cual tendrá que escuchar la información dada por el área de negocio y crear el producto en base a ella, aportando sugerencias que sirvan de mejora.

Ambas áreas tendrán que desarrollar los cimientos del producto para llevarlo a la dirección en la que se quiere que esté, es decir, serán los encargados de crear la hoja de ruta que seguirá la empresa.

Las formaciones académicas que actualmente poseemos son las siguientes:

- Por la parte del Área de Negocio: cursando último año del Grado en Comercio, gracias a ello, hemos adquirido conocimientos relacionados con:
  - Estudios de mercado.
  - Captación de oportunidades de negocio.
  - Captación de clientes
  - Liderazgo y venta estratégica
  - Planificación y control comercial
  
- Por la parte del Área Técnica: posee el título de técnico superior en desarrollo de aplicaciones web. Con el cual creará, desarrollará y mantendrá aplicaciones web. Garantizando el funcionamiento correcto de la plataforma a nivel de usabilidad y funcionalidad.

Por último y no menos importante, ambos socios fundadores de la empresa, tienen una experiencia de 4 años en el sector del marketing tecnológico. Gracias a la experiencia que atesoramos tenemos un gran conocimiento del sector, por lo que la gestión y el desarrollo de soluciones tecnológicas nos es familiar.

En definitiva, estamos realizando las funciones y actividades a las que estamos acostumbrados, pero desarrollándolo para nuestra propia empresa.

## 5.2. Organigrama de la empresa

Como hemos comentado en numerosas ocasiones, al ser una empresa de nueva creación, nuestra estructura de trabajadores será muy cambiante, por lo que el organigrama que presentaremos a continuación será de carácter temporal.

Con temporal nos referimos, a que a medida que la empresa vaya creciendo, se irán incorporando nuevas personas con diferentes conocimientos, que esto influirá en la creación de nuevos puestos.

Organigrama de S1mple S.L



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el organigrama presentado, las dos áreas tendrán el mismo peso e influencia en la empresa. Y los dos socios conformarán la gerencia, que será el órgano de la empresa encargado de tomar decisiones.

Por ello, los socios tendrán la misma responsabilidad y poder dentro de la empresa.

## 5.3. Política de empleo

En nuestra empresa nos centraremos en que todos los trabajadores que contratemos, independientemente de su calidad, les aseguraremos una carrera.

Es decir, si vemos que los trabajadores que contratamos llegan a unos determinados objetivos previamente marcados por la empresa, siempre les ofreceremos un crecimiento laboral y personal dentro de ella, ya sea ascendiendo o proponiéndole nuevos retos.

Esto lo lograremos con las siguientes medidas:

- En todo momento los trabajadores sabrán qué quiere la compañía de ellos.
- En función del tipo de puesto del trabajador, se le ofrecerán cursos de formación para que siga creciendo a nivel profesional.
- A cada trabajador se le asignará un score card, es decir, una lista de objetivos de crecimiento a cumplir en un periodo de tiempo. Si en la fecha en la que los objetivos anteriormente mencionados se revisan y vemos que se han cumplido, se le propondrá una subida salarial.

En definitiva, buscaremos que los empleados que contratemos se encuentren valorados y queridos dentro de la empresa.

Independientemente de los conocimientos de cada uno de ellos, buscaremos que sus actitudes estén orientadas a ser:

- Disciplinados.
- Profesionales
- Dedicados en su trabajo.

#### 5.4. Presupuesto del personal

En un primer momento acordaremos los socios, que los beneficios que se obtengan los primeros seis meses desde la puesta en marcha de la empresa, los reinvertiremos en ella, para combatir y controlar la incertidumbre que tendremos en el primer año de la empresa.

Una vez pasados estos primeros seis meses, los sueldos siempre serán superiores a sus correspondientes convenios colectivos.

Como empresa de marketing tecnológico en la que convergen diferentes puestos de trabajo, cada uno de ellos se les aplicará un convenio colectivo diferente.

Pero principalmente trabajaremos con los siguientes convenios colectivos:

- Convenio colectivo estatal de empresas de consultoría y estudios de mercado y de la opinión pública. El correspondiente al área de negocio.
- El correspondiente al área técnica.

Haciendo una breve estimación los sueldos de ambas partes serán de 1.400 euros. Por tanto, atendiendo a estos importes anteriormente mencionados los costes del personal serán los siguientes:

Plantilla	S.Bruto año	S.Bruto mes	SS Emp Anual
Responsable Área Técnica	16.800 €	1.400 €	3.854 €
Responsable Área de Negocio	16.800 €	1.400 €	3.854 €

Para poder hacer una previsión de los próximos tres años del coste de personal, no vamos a tener en cuenta a más trabajadores, por lo que los costes serían los siguientes:

Plantilla	Coste Año 1	Coste Año 2	Coste Año 3
Responsable Área Técnica	20.654 €	21.067 €	21.488 €
Responsable Área de Negocio	20.654 €	21.067 €	21.488 €
<b>TOTAL</b>	<b>41.308 €</b>	<b>42.134 €</b>	<b>42.976 €</b>

Se tiene estipulado que cada año aumenten los salarios un 2%, cifra superior a la marcada por el convenio colectivo.

Para tener una mayor solvencia el primer año y afrontar el segundo con más fortaleza, se pacta entre los socios recibir el primero año la mitad del salario anual.

## 6. Parte Jurídica de la empresa

### 6.1. Forma jurídica elegida

Al tratarse de una empresa de nueva creación, el tamaño de nuestra compañía será el de una pequeña empresa. Sondeando las posibilidades, los pros y los contras de las diferentes formas en las que puedes constituir tu empresa, hemos decidido que se realice bajo una Sociedad Limitada o también conocida como Sociedad de Responsabilidad Limitada.



La principal característica de este tipo de sociedad, es limitar la responsabilidad que tienen sus socios con respecto al capital inicial con el que se ha formado la compañía. Este tipo de sociedad permite proteger los intereses de los socios, protegiendo sus respectivos capitales al no responder de las deudas generadas por la empresa con sus patrimonios personales.

Es el tipo de sociedad elegido por excelencia entre los emprendedores, ya que aparte de proteger el patrimonio personal de los socios frente a las deudas, el capital mínimo que se debe aportar es de 3.000 euros, por lo que facilita sobre todo a los emprendedores ya que no es necesario mucha cantidad de capital inicial.

También como ventaja de este tipo de sociedades, destacamos la rápida formalización de la misma, reduciendo los tiempos de formalización.

## 6.2. Conformación de los socios de la empresa

Nuestra compañía estará compuesta por dos socios, que corresponderán con los socios fundadores. Cada socio realizará las siguientes aportaciones:

- Socio 1º dotará a la empresa de 2.500 euros y corresponderán al 50% de las participaciones de la empresa.
- Socio 2º dotará a la empresa de 2.500 euros y también corresponderá con el 50% de las participaciones de la compañía.

Por lo que a nivel contable estas aportaciones que vamos a realizar ambos socios, se sumarán al capital inicial previo obteniendo una cifra de 5000 €.

## 6.3. Domicilio Social

Entendemos como domicilio social el lugar donde va a radicar la empresa. En un primer momento al tener una plantilla únicamente formada por dos personas, no vamos a contar con oficinas y realizaremos el trabajo desde nuestras respectivas casas, por tanto el primer domicilio social de la empresa será la dirección de alguna de nuestras casas.

#### 6.4. Objeto social

El objeto social lo forman el grupo de tareas y actividades que va a desarrollar la empresa, es decir, a qué nos vamos a dedicar.

Por lo que nuestro objeto social será, el de la creación de soluciones tecnológicas que ayuden a las empresas a tomar mejores decisiones estratégicas.

#### 6.5. Tareas necesarias a seguir para crear nuestra compañía

A continuación, señalaremos los pasos que tendremos que realizar para formalizar nuestra compañía como sociedad limitada.

- Creación a nivel legislativo de la compañía.
- Dotar a la empresa de los 3.000 euros necesarios para el capital inicial mínimo.
- Creación de una cuenta bancaria vinculada a nuestra empresa.
- Inscripción en escritura pública.
- Incorporación en el Registro Mercantil.
- Darse de alta en el censo de empresarios.
- Obtención del NIF.

Adicionalmente nos ayudaremos del PAE para crear correctamente nuestra empresa y no tener ningún error que a futuro nos perjudique. El PAE corresponde con el Punto de Atención al Emprendedor, son los encargados de facilitar de forma online los trámites para la creación y desarrollo de una nueva empresa con un coste asociado.

### 7. Plan Económico Financiero

Para finalizar con los diferentes planes que nos ayudarán a tener un mejor control sobre la empresa y las decisiones que se tomen, vamos a terminar explicando y desarrollando el plan económico-financiero que tendremos como empresa.

Antes de empezar, entendemos como plan económico-financiero como aquel estudio en el que comprobaremos la viabilidad económica de nuestra empresa y determinar su potencial económico.

Para ello tomaremos como referencia un periodo de 3 años.

### 7.1. Inversiones que vamos a realizar

Al tratarse de una empresa pequeña y de nueva creación unida al sector y actividad a la que nos vamos a dirigir, no vamos a necesitar realizar un gran desembolso para iniciar con la actividad.

En un primer momento necesitaremos como inmovilizado material e inmaterial los siguientes conceptos:

- **Mobiliario:** aunque desde un primer momento la actividad la realicemos cada uno en su respectivo domicilio, tendremos que adaptar el espacio actual en un espacio más profesional. Por lo que necesitaremos comprar sillas, mesas y estanterías.
- **Aplicaciones Informáticas:** para desarrollar nuestra actividad necesitaremos la adquisición de licencias de programas, que las utilizaremos tanto para desarrollar el producto que vamos a vender como para el correcto funcionamiento del ordenador.
- **Soporte Informático:** necesitaremos dos ordenadores que nos permitan realizar tanto los trabajos técnicos como la gestión del negocio.

En conclusión, el inmovilizado que necesitaremos será el siguiente:

#### Inmovilizado Material

Conceptos	Total
Mobiliario	840 €
Ordenadores	2.000 €
Impresoras	100 €

#### Inmovilizado Intangible

Conceptos	Total
Página Web	500€
Software	4.000€
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>7.410 €</b>

Por tanto, el gasto total del inmovilizado asciende a 7.410 €, que es el dato que tendremos en cuenta para realizar las amortizaciones correspondientes.

En los datos mostrados no se tendrá en cuenta el IVA, ya que las empresas actúan como recaudadoras del impuesto y no suponen una variación patrimonial en la inversión inicial.

## 7.2. Financiación

Como hemos comentado, nuestra empresa al reunir las características ya comentadas, no va a suponer un gran desembolso inicial pero, aun así, tendremos que tener un plan de financiación para cubrir los primeros meses de vida de la empresa.

Contaremos con las siguientes cantidades que nos ayudarán a tener los recursos financieros necesarios para poner en marcha este proyecto:

- Recursos propios provenientes del capital inicial aportado por los socios 5.000 €.
- Petición de un préstamo por valor de 27.000 € para hacer frente a la inversión inicial y los gastos provenientes de la formalización de la empresa.

El préstamo que vamos a solicitar, lo realizaremos a través de la entidad BBVA y será bajo una línea ICO teniendo las siguientes condiciones

<b>Capital Solicitado</b>	<b>27.000 €</b>
<b>Tipo de Interés</b>	<b>2,0%</b>
<b>Años</b>	<b>5</b>
<b>Cuota</b>	<b>5.618.72 €</b>

Por tanto, el préstamo que solicitaremos al BBVA será de 27.000 €, devolviéndolo en 5 años a un 2% de interés.

Adjuntamos el cuadro de amortización que tendremos para el préstamo solicitado.

Años	Anualidad	Intereses	Amortización Préstamo	Capital Vivo	Capital Amortizado
0	5.728,28 €			27.000 €	0 €
1	5.728,28 €	540 €	5.188,28 €	21.811,72 €	5.188,28 €
2	5.728,28 €	436,23 €	5.292,04 €	16.519,68 €	10.480,32 €
3	5.728,28 €	330,39 €	5.397,88 €	11.121,80 €	15.878,20 €
4	5.728,28 €	222,44 €	5.505,84 €	5.615,96 €	21.384,04 €
5	5.728,28 €	112,32 €	5.615,96 €	0 €	27.000 €

### 7.3. Ingresos Futuros

En este punto vamos a comentar qué ingresos estimamos que vamos a tener en un periodo de 3 años, donde distinguiremos cuatro tipos de fuentes de ingresos:

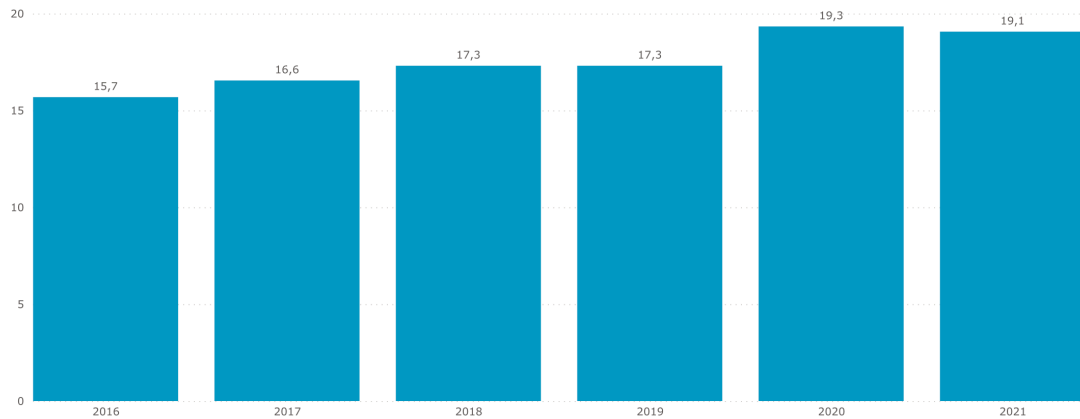
- Los procedentes de la venta de nuestro producto, es decir, los e-commerce.
- Los procedentes de los servicios de asesoría/consultoría que los clientes nos soliciten.
- Los procedentes del mantenimiento mensual de los e-commerce.
- Los derivados de nuevos desarrollos en los e-commerce que soliciten los clientes.

Servicio Ofrecido	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
E-Commerce	34.914 €	35.961 €	38.119 €	41.931 €	46.963 €
Mantenimiento	6.322 €	6.512 €	6.903 €	7.593 €	8.504 €
Nuevos Desarrollos	12.458 €	12.832 €	13.602 €	14.962 €	16.758 €
Consultoría	8.305 €	8.554 €	9.067 €	9.974 €	11.171 €
<b>TOTAL</b>	<b>61.999 €</b>	<b>63.859 €</b>	<b>67.691 €</b>	<b>74.460 €</b>	<b>83.396 €</b>

Entendemos que es difícil realizar una proyección del número de ventas y el crecimiento de la empresa que obtendremos a lo largo de estos tres años. Pero observando la evolución progresiva que está teniendo el volumen de comercio electrónico en nuestro país. Podemos inferir en que cada año, el número de empresas que necesitarán elaborar un e-commerce aumentará.

Esto repercutirá, que cada vez tengamos más clientes a los que llegar y se traducirá en unas más ventas.

Gráfico 10: Volumen de negocio de comercio electrónico en España.



Fuente: Estudio elaborado por el INE “Encuesta postal sobre desarrollo de Sociedad de la Información en las empresas españolas”

También hay que destacar que se ha producido un cambio de consumo entre las personas generado por la pandemia del Covid-19, causando un gran incremento en el número de compras online, ya que las personas que no realizaban compras a través de internet, debido a esta problemática (covid-19) se vieron obligadas a realizar compras online.

Por último, recordamos que los resultados obtenidos del estudio elaborado por el INE sobre “Análisis estratégico para el Desarrollo de la Pyme en España”, en el que solo el 20% de las pymes en España tienen en su negocio habilitado un e-commerce, por lo que tenemos mucha cuota de mercado que satisfacer.

Con todo esto estimamos, que debido a nuestra calidad técnica a la hora de realizar los e-commerce, como a la hora de elaborar las labores de consultoría, llegaremos a elaborar unos 47 e-commerce por lo que tendremos el siguiente crecimiento a lo largo de los 3 años.

- El segundo año creceremos un 3% con respecto al primero año.
- El tercer año creceremos un 6% con respecto al año 2.
- El cuarto año creceremos un 10% con respecto al año 3.

Esto quiere decir que comparando los resultados totales del año 3 con respecto a los del año 1, creceremos aproximadamente un 10%

Estas estimaciones han sido realizadas teniendo en cuenta nuestra experiencia en el mercado, los conocimientos que tenemos sobre este tipo de empresas y las necesidades que está teniendo actualmente las compañías.

No obstante, estas predicciones están realizadas bajo una perspectiva pesimista. Debido a los resultados arrojados por el análisis de la competencia efectuado en nuestra ciudad, hay numerosas empresas que necesitarían nuestros servicios y muy poca competencia.

#### 7.4. Control de Gastos

Igual que hemos realizado una previsión de los ingresos que tendremos a lo largo de los tres primeros años, también tendremos que tener en cuenta los gastos que se van a producir.

La tipología de gastos fijos que tendremos a lo largo de los tres años y que vamos a analizar, serán las siguientes:

- Los gastos de agua, luz y arrendamiento del local se estiman que empezarán a partir del segundo año, que será cuando creemos oportuno el alquiler de una oficina.
- Medios para promocionar nuestra empresa, páginas web y folletos que utilizaremos en las reuniones presenciales.
- Las líneas móviles empresariales y el internet que utilizaremos.
- Otra partida de gastos destinada al mantenimiento de los equipos.

#### 7.5. Gastos Fijos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Luz	0 €	1.210 €	1.230 €
Agua	0 €	250 €	257 €
Web y Mantenimiento	500 €	500 €	500 €
Alquiler Oficina	0 €	6.000 €	6.000 €
Folletos	750 €	750 €	750 €
Teléfono e Internet	600 €	600 €	600 €
Mantenimiento Equipos	1.000 €	1.000 €	1.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.850 €</b>	<b>10.310 €</b>	<b>10.337 €</b>

Como podemos ver el gasto perteneciente al primer año será inferior al resto al no contar con los gastos de alquiler de la oficina y derivados de su uso. Por eso tendremos que tener muy en cuenta los ingresos que generaremos en esos periodos.

Adicionalmente a estos gastos habrá que sumar los derivados de los salarios y la Seguridad Social.

### 7.6. Amortizaciones

A continuación, realizaremos las amortizaciones del inmovilizado según lo dispuesto en el artículo 12.1 de la Ley del Impuesto de Sociedades, aplicándose los coeficientes de amortización lineal.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ordenadores	667 €	667 €	667 €
Impresora	33 €	33 €	33 €
Mobiliario	280 €	280 €	280 €
Software	1.333 €	1.333 €	1.333 €
Web	167 €	167 €	167 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.470 €</b>	<b>2.470 €</b>	<b>2.470 €</b>

### 7.7. Cuenta de resultados de s1mple S.L

En este apartado, determinaremos la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa en los 3 primeros años. A la hora de calcular los impuestos que hay que pagar, los dos primeros años nos aplicarán a nuestros beneficios un 15% y los años restantes a un 25% (art 29 LIS)

#### **Cuenta de pérdidas y ganancias**

Resultados	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Importe Neto Cifra Negocio</b>	<b>61.999 €</b>	<b>63.859 €</b>	<b>67.691 €</b>
Ventas	61.999 €	63.859 €	67.691 €
GTO Personal	20.654 €	42.134 €	42.976 €
Servicios Exteriores	2.850 €	10.310 €	10.337 €
Gastos Constitución	2.000 €		
Amort Inmovilizado	2.470 €	2.470 €	2.470 €
<b>Resultado Explotación</b>	<b>34.025 €</b>	<b>8.945 €</b>	<b>11.908 €</b>
GTO Financieros	540 €	436 €	330 €
<b>Resultado antes impuestos</b>	<b>33.485 €</b>	<b>8.509 €</b>	<b>11.578 €</b>
Impuesto Beneficios	5.023 €	1.276 €	2.895 €
<b>Resultado Ejercicio</b>	<b>28.462 €</b>	<b>7.233 €</b>	<b>8.683 €</b>



Como podemos observar, los resultados son positivos desde el inicio de la actividad. Cabe destacar que el primer año, no se han tenido en cuenta los gastos del personal de 6 meses, debido a un pacto entre los socios para lograr una gran solvencia en la empresa desde el primer momento, pudiendo reinvertir ese dinero en la compañía.

#### 7.8. Balance de situación de s1mple S.L

##### **Balance de situación para los tres primeros años**

ACTIVO	Año 1	Año 2	Año 3
<b>A) Activo No Corriente</b>			
Inmovilizado Material	3.410 €	3.410 €	3.410 €
AA Inmovilizado Mat	(1.137) €	(1.137) €	(1.137) €
Inmovilizado Intangible	4.000 €	4.000 €	4.000 €
AA Inmovilizado Intangible	(1.333) €	(1.333) €	(1.333) €
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>4.940 €</b>	<b>2.470 €</b>	<b>0 €</b>
<b>B) Activo Corriente</b>			
Existencias	0 €	0 €	0 €
Deudores	0 €	0 €	0 €
Tesorería	55.357 €	56.021 €	63.395 €
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>55.357 €</b>	<b>56.021 €</b>	<b>63.395 €</b>
<b>Total Activo</b>	<b>60.297 €</b>	<b>58.491 €</b>	<b>63.395 €</b>

Pasivo	Año 1	Año 2	Año 3
<b>A) Patrimonio Neto</b>			
Capital Suscrito	5.000 €	5.000 €	5.000 €
Reservas	0 €	28.462 €	35.695 €
Resultado de Ejercicio	28.462 €	7.233 €	8.683 €
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>33.462 €</b>	<b>40.695 €</b>	<b>49.378 €</b>
<b>B) Pasivo No Corriente</b>			
Deudas a l/p	16.520 €	11.122 €	5.615 €
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>16.520 €</b>	<b>11.122 €</b>	<b>5.615 €</b>
<b>C) Pasivo Corriente</b>			
Deudas a c/p	5.292 €	5.397 €	5.505 €
Proveedores	0 €	0 €	0 €
HP acreedora por IS	5.023 €	1.276 €	2.897 €
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>10.315 €</b>	<b>6.673 €</b>	<b>8.402 €</b>
<b>Total Patrimonio Neto y Pasivo</b>	<b>60.297 €</b>	<b>58.491 €</b>	<b>63.395 €</b>

## 7.9. Estado de tesorería de s1mple S.L

### **Estado de Tesorería**

	Año 1	Año 2	Año 3
Saldo Inicial	22.590 €	55.357 €	56.021 €
<b>COBROS</b>			
Ventas	61.999 €	63.859 €	67.691 €
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>84.589 €</b>	<b>119.216 €</b>	<b>123.712 €</b>
<b>PAGOS</b>			
Gastos Personal	20.654 €	42.134 €	42.976 €
Servicios Exteriores	2.850 €	10.310 €	10.337 €
Gastos Financieros	540 €	436 €	330 €
Deuda Ent Cred	5.188 €	5.292 €	5.397 €
Gastos Constitución	2.000 €		
HP Acreedora IS		5.023 €	1.276 €
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>31.232 €</b>	<b>63.195 €</b>	<b>60.316 €</b>
<b>Tesorería Total</b>	<b>55.357 €</b>	<b>56.021 €</b>	<b>63.396 €</b>

## 7.10. Análisis VAN y TIR

A continuación, pasaremos a explicar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Como sabemos estos dos tipos de mediciones, nos ayudan a comprobar de qué forma y en qué medida un proyecto de inversión es viable.

Estas herramientas financieras revisan la rentabilidad de una nueva compañía. Por un lado, analizando las inversiones realizadas en ella y por otro lado, los ingresos y gastos que se producirán a lo largo de los años.

En nuestro caso vamos a realizar los cálculos tomando como referencia el tipo de interés aplicado al préstamo ICO solicitado (2,0%) y en un periodo de 3 años. Los datos de los flujos provenientes de la cuenta de pérdidas y ganancias mostrada anteriormente y el dato de inversión realizada, la suma del préstamo solicitado y la inversión inicial.

<b>Inversión</b>	34.410 €
<b>Flujos Año 1</b>	28.462 €
<b>Flujos Año 2</b>	7.233 €
<b>Flujos Año 3</b>	8.683 €
<b>Tipo de Interés</b>	2,0%

<b>VAN</b>	11.248,72 €
------------	-------------

<b>TIR</b>	18 %
------------	------

Podemos observar que el VAN es superior a 0, esto quiere decir, que nuestra empresa se corresponde con un proyecto rentable y una buena oportunidad de inversión.

En otras palabras, trasladando al año 0 la cantidad que vamos a percibir por los resultados obtenidos durante los próximos 3 años, es superior a la cantidad aportada como inversión inicial. Y esto nos ayuda a comprobar que el proyecto empresarial descrito en este documento, se trata de una idea financieramente viable.

El TIR por otro lado, se corresponde con la tasa que hace al VAN 0. Es utilizada para comparar unas inversiones con otras, es decir, conocer si una inversión es más rentable que otra.

Por tanto, si nos encontramos en la situación de elegir en qué proyecto de inversión embarcarnos, como mínimo deberá tener un TIR superior al 18% para decantarnos por la otra opción y desechar la descrita en este documento.

## 8. Conclusiones

Con la realización de este Trabajo de Fin de Grado, se busca la elaboración de un business plan para la puesta en marcha de una compañía que se dedique al desarrollo de software. Gracias a este trabajo, nos permitirá materializar la idea inicial que teníamos de la empresa.

Con este documento hemos comprobado de la viabilidad, análisis de macroentorno y microentorno que nos vamos a encontrar, elaboración de un plan financiero, que nos permita conocer de forma general cómo sería la previsión de ingresos y costes y por último, conocer el umbral de rentabilidad de nuestro negocio.

Todos estos análisis comentados anteriormente, los hemos podido elaborar ayudándonos de los estudios adquiridos en el Grado de Comercio. Bajo mi punto de vista es uno de los grados ideales para emprender, debido a que te proporciona conocimientos en multitud de campos, los cuales te permiten tener una base sólida en marketing, contabilidad, derecho y dirección financiera que a fin de cuentas, son los principales pilares a la hora de la creación de un nuevo proyecto.

En referencia a la propuesta de negocio plasmada en este trabajo, hay que comentar que bajo mi experiencia laboral, se trata de una opción muy viable en la actualidad, debido a que existe una creciente demanda en los negocios por querer digitalizarlos.

Además, este tipo de empresas se pueden iniciar con una inversión mínima y los costes asociados son reducidos. Por otro lado el producto que se obtiene, posee un gran valor de venta que nos permitirá tener grandes beneficios.

## 9. Bibliografía

- Creatuempresa: Financiación para Emprendedores y Pymes. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3uMwx1X>
- Moreno Castro, Tercila Fernanda (2016). Emprendimiento y Plan de Negocio. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3z3VwQyc>
- Economipedia: Estructura del análisis PESTEL. Recuperado el 5 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/2kyE4An>
- Pérez, David - González Tabares, Rafael (2019). Así se hace un plan de empresa. Recuperado el 10 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3cil9o8>
- IebSchool: Creación plan de empresa. Recuperado el 10 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3uL0Sxy>
- Círculo de Empresarios: El tejido empresarial español. Recuperado el 12 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3O7A0im>
- EOI: E-business. Recuperado el 20 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3aAIMZI>
- Conceptos Jurídicos: Sociedad Limitada. Recuperado el 21 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3RwzVri>
- Oscar Hugo Pedraza Rendón (2014). Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa. Recuperado el 21 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3ALLXar>
- PAL: Punto de Ayuda al Emprendedor. Recuperado el 22 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3ICwHys>
- Teamleader: Qué es la cadena de valor. Recuperado el 22 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3o1vkij>

- CEUPE: Tipos de barreras de entrada. Recuperado el 1 de junio de 2022 de <https://bit.ly/3cdf1xj>
- IMF: Elaboración de un plan de recursos humanos. Recuperado el 2 de junio de 2022 de <https://bit.ly/3PrFq8R>