

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“Plan de empresa: D&A Metales”

Alejandro Lozano Val

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, JUNIO DE 2024



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2023/2024

TRABAJO FIN DE GRADO

“Plan de empresa: D&A Metales”

Trabajo presentado por: Alejandro Lozano Val

Tutor: José Ignacio Pérez Garzón

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, junio de 2024

ÍNDICE

1. INFORMACIÓN GENERAL.....	5
1.1 INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE LA INICIATIVA	5
1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	5
1.3 OBJETIVO DEL PROYECTO	5
2. PROMOTORES	6
3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	7
3.1 UBICACIÓN ESTRATÉGICA.....	7
3.2 FORMA LEGAL.....	9
3.3 FECHA DE INICIO.....	9
4. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: PRODUCTO O SERVICIO	10
4.1 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO	10
4.2 ELEMENTOS INNOVADORES.....	10
4.3 SERVICIOS A DESARROLLAR.....	11
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	12
5.1 ANÁLISIS INTERNO	12
5.2 ANÁLISIS EXTERNO.....	14
5.2.1 MACROENTORNO: PESTEL	14
5.2.2 MICROENTORNO: 5 FUERZAS DE PORTER	23
5.3 ANÁLISIS DAFO	27
6. PLAN DE MARKETING	29
6.1 FIJACIÓN DE OBJETIVOS: S.M.A.R.T	29
6.2 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS	30
6.3 ESTRATEGIA COMERCIAL	31
6.3.1 PRODUCTO	31
6.3.2 PRECIO	33
6.3.3 DISTRIBUCIÓN	35
6.3.4 COMUNICACIÓN	36
7. PLAN DE VIABILIDAD	38
7.1 ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA	38
7.1.1 PLAN DE INVERSIÓN.....	38
7.1.2 PLAN DE FINANCIACIÓN	39

7.2 PROYECCIONES Y RESULTADOS FINANCIEROS.....	40
7.2.1 PREVISIÓN DE VENTAS	40
7.2.2 ESTIMACIÓN DE COSTES.....	40
7.2.3 CUENTA DE RESULTADOS.....	41
8. CONCLUSIONES	42
9. BIBLIOGRAFÍA.....	45

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Plano zona El Carpio	7
Ilustración 2: Gráfico tipos de empresas El Carpio	8
Ilustración 3: Gráfico evolución de la deuda España	16
Ilustración 4: Gráfico gasto público España	17
Ilustración 5: Gráfico PIB anual España.....	18
Ilustración 6: Pirámide poblacional El Carpio - España	19
Ilustración 7: Análisis DAFO D&A Metales	28
Ilustración 8: Isotipo D&A Metales	31
Ilustración 9: Imagotipo D&A Metales.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Previsión de ventas D&A Metales	33
Tabla 2: Margen de beneficio por servicio D&A Metales	34
Tabla 3: Plan de inversión D&A Metales	38
Tabla 4: Plan de financiación D&A Metales	39
Tabla 5: Estimación de costes D&A Metales	40
Tabla 6: Cuenta de resultados D&A Metales	41

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE LA INICIATIVA

D&A Metales se enfocará en la producción y el suministro de piezas metálicas y maquinaria agrícola y ganadera. Nos dedicaremos a desarrollar soluciones innovadoras, sostenibles y de calidad para satisfacer las demandas específicas de nuestros clientes de El Carpio y alrededores.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

- NOMBRE
D&A Metales
- UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Nos encontramos en El Carpio (Valladolid).
- FECHA DE INICIO PREVISTA
Noviembre de 2025
- FORMA JURÍDICA
La forma jurídica que hemos escogido y mejor se ajusta a nosotros es la Sociedad Limitada

1.3 OBJETIVO DEL PROYECTO

- MISIÓN
Buscamos impulsar la eficiencia y productividad de nuestros clientes a través de soluciones innovadoras y sostenibles.
- VISIÓN
Ser líderes en el sector de la metalurgia aplicada a la agricultura y la ganadería en El Carpio y alrededores además de expandir nuestra presencia a nivel nacional. Nos esforzamos por ser reconocidos por nuestra calidad, innovación y sostenibilidad, dando soluciones que optimicen los trabajos agrícolas y ganaderos.
- VALORES
 - Calidad: nuestros esfuerzos van a estar siempre dedicados a dar el mejor servicio, realizando piezas y arreglos que sean duraderos y con el mejor acabado posible.
 - Innovación: trabajaremos en la incorporación de nuevas tecnologías y formas de trabajo avanzadas.

- Sostenibilidad: estamos comprometidos con las prácticas sostenibles mediante el uso de materiales reciclados y aprovechamiento de piezas y metales, contribuyendo así a minimizar los residuos.
- Compromiso con el cliente: trabajamos de la mano con nuestros clientes para saber cuáles son sus necesidades y así poder dar la mejor solución posible.
- Responsabilidad social: contribuimos de forma positiva al desarrollo económico, social y cultural de la zona, mediante la generación de empleos, patrocinios deportivos...

2. PROMOTORES

Los impulsores de D&A Metales somos Alejandro y Diego, dos emprendedores apasionados en nuestras respectivas áreas y comprometidos con nuestro entorno. A continuación especificaremos la formación y la experiencia profesional de cada uno, así como las capacidades y habilidades de cada uno de los promotores:

DIEGO GÓMEZ DÍEZ (diegogomezdiez99@hotmail.com)

Formación académica:

Grado medio de Soldadura y Calderería
Grado superior de Estructuras Metálicas

Historial profesional:

Industrial de Transformados Metálicos S.A. 02/2018 - 06/2018
Renault España S.A. 05/2019 - 11/2019
Miguel Oscar Pérez Sanz 10/2020 - 03/2022
Soluciones Metálicas Cerrinox 03/2022 -

Cursos y capacitaciones:

AutoCAD 2D y 3D, Cámara de Valladolid.
Soldadura y reparación de maquinaria agrícola, E.F. Tablares

Habilidades y competencias:

Iniciativa
Responsabilidad
Resolutivo
Trabajo del acero inoxidable
Trabajo del acero al carbón
Trabajo del hierro
Diseño de estructuras metálicas

ALEJANDRO LOZANO VAL (alex_310@hotmail.es)

Formación académica:

Grado en Comercio, UVa

Historial profesional:

Interagro de Patatas S.L. 02/2024 - 05/2024

Cursos y capacitaciones:

Curso de carretillero

Habilidades y competencias:

Capacidad de planificación

Trabajo en equipo

Comunicación

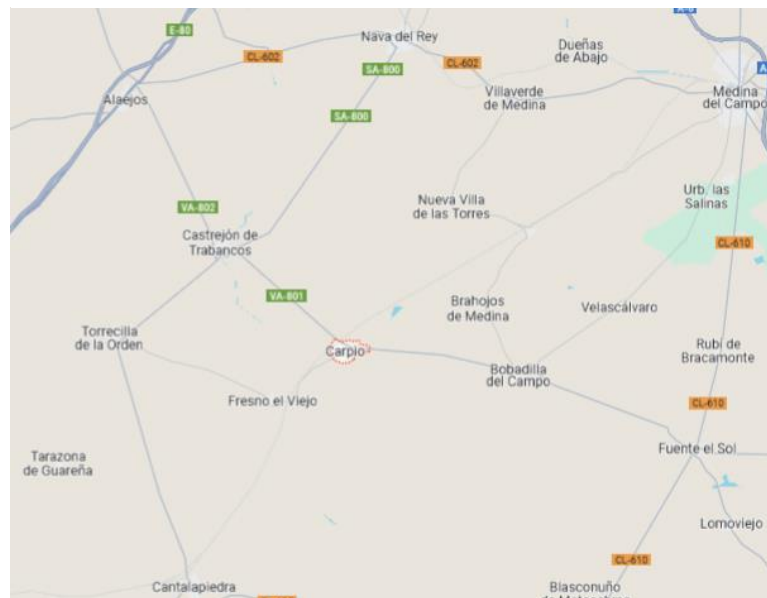
Microsoft Excel

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

3.1 UBICACIÓN ESTRATÉGICA

La ubicación de una empresa es un factor decisivo que puede influir en su éxito y crecimiento; por lo que en D&A Metales hemos decidido que nuestra futura empresa de metalurgia se encontrará en El Carpio, Valladolid.

Ilustración 1: Plano zona El Carpio

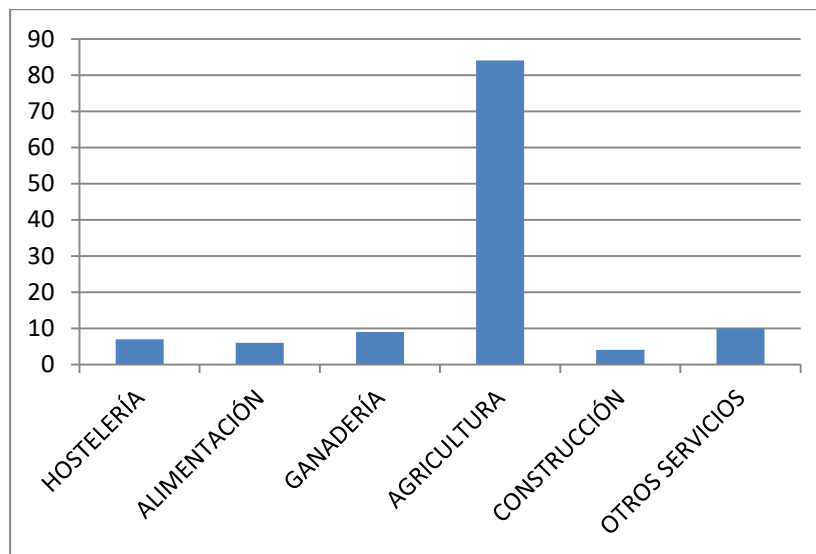


Fuente: Google Maps

Esta decisión se debe a varios motivos:

- Ambos promotores somos de El Carpio y nos hemos criado en el mundo de la agricultura, por lo que siempre hemos tenido claro que queríamos aportar algo a nuestro pueblo.
- La zona de El Carpio se dedica en su gran mayoría a la agricultura y a la ganadería; por lo que la presencia de maquinaria dedicada al campo proporciona una fuente constante de trabajo para nuestra empresa.

Ilustración 2: Gráfico tipos de empresas El Carpio



Fuente: elaboración propia con datos de: Excmo. Ayuntamiento de El Carpio

Este gráfico muestra cómo se divide el tejido empresarial en El Carpio; el conjunto de empresas se compone de 120 empresas de distintos sectores. Los sectores agrícola y ganadero son los mayoritarios, suponiendo un 77,5% del grueso total. Este predominio refleja como la actividad agrícola y ganadera forma la columna vertebral de la economía de El Carpio.

- La cercanía a centros industriales de Castilla y León, ya que nos encontramos a 50 minutos de Valladolid y Salamanca, a 30 de Tordesillas y a 20 minutos de Medina del Campo.
- Tenemos un acceso a la Autovía A-62 a escasos 15 minutos, lo que facilita el transporte y la logística, dos elementos indispensables para un funcionamiento eficiente de nuestra empresa.
- Todos estos factores hacen que El Carpio sea el lugar ideal para crear nuestra empresa de metalurgia, gracias a todas las oportunidades que nos presenta esta ubicación y su zona.

3.2 FORMA LEGAL

Elegir la forma legal es un aspecto determinante a la hora de crear una empresa, ya que define aspectos fundamentales como la responsabilidad de los promotores, la fiscalidad o el capital mínimo a aportar; por lo que en D&A Metales hemos elegido como forma legal la Sociedad Limitada. Esta elección se debe a varios factores:

- Responsabilidad limitada: la responsabilidad de los socios frente a acreedores está limitada al capital social aportado y a los bienes que estén a nombre de la sociedad. Por lo que los socios no responden con su patrimonio personal ante las deudas.
- Capital social: el mínimo que se debe aportar es de 3.000€, pudiendo ser dinerario o en forma de bienes.
- Ventajas fiscales: al ser los promotores en un principio los únicos empleados, podemos ponernos un sueldo para contarlo como gasto.
- Acceso a financiación: las sociedades limitadas tienen más posibilidades de recibir créditos bancarios, debido a que los bancos conocen el funcionamiento de estas sociedades.
- Trámites sencillos: los trámites burocráticos son relativamente sencillos, tanto en la constitución de la sociedad como en el propio funcionamiento y gestión.

3.3 FECHA DE INICIO

En D&A Metales hemos establecido una fecha de inicio que nos permita planificar, organizar y preparar todos los aspectos necesarios para llegar al momento del comienzo lo mejor preparados posible; también teniendo en cuenta los ritmos de trabajo en los sectores agrícola y ganadero.

Hemos decidido iniciar nuestro proyecto en torno al mes de enero de 2026.

Esta decisión como hemos comentado se debe a dos principales motivos:

- Tenemos margen para realizar algún cambio o mejora en nuestra estructura o en nuestra idea.
- La campaña de trabajo en el sector agrícola por regla general termina en octubre o noviembre, dependiendo de los cultivos y de la meteorología del año en cuestión.

Estimamos que este momento es el idóneo ya que en el sector agrícola hay un parón de trabajo entre noviembre y febrero, momento en el que los agricultores aprovechan para poner a punto toda su maquinaria e infraestructura de trabajo.

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD: PRODUCTO O SERVICIO

Nuestra empresa se dedicará al arreglo, fabricación y suministro de distintas piezas metálicas y maquinaria especializada para los trabajos agrícolas y ganaderos para satisfacer las demandas de estos sectores. D&A Metales se posicionará como un proveedor fiable y de calidad para los agricultores y ganaderos de El Carpio y sus alrededores.

4.1 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

Nuestros servicios abarcarán todo el proceso de producción de piezas metálicas para maquinaria, desde la fundición y forja hasta el acabado final.

Las piezas metálicas que produciremos estarán preparadas para soportar las duras condiciones que suponen estos entornos, buscando así que resistan el elevado desgaste que se produce con el uso de la maquinaria y ofrezcan un rendimiento óptimo a lo largo de su vida útil.

4.2 ELEMENTOS INNOVADORES

Principalmente son tres los procesos o elementos innovadores que nuestra empresa busca ofrecer:

- A día de hoy, la soldadura de aluminio, es un servicio que tiene mucha demanda pero no tiene buena oferta de calidad; por lo que en nuestra zona seríamos de las pocas empresas en ofrecer este servicio asegurando un acabado de calidad y duradero.
- Nos apoyaremos en la tecnología y en la informática para diseñar piezas que satisfagan las pretensiones y estándares de nuestros clientes; de esta forma daremos vida a las ideas y necesidades de nuestros clientes.
- En un futuro no muy lejano queremos incorporar la impresión 3D de metales, lo que permite crear piezas metálicas complejas con una precisión y calidad sin igual.

Con esto además de dar distintos servicios innovadores y de gran calidad en nuestra zona, buscamos también reducir costes e impacto medioambiental tanto por nuestra parte como la de nuestros clientes. Evitando el desperdicio a la hora de crear piezas y reutilizando la maquinaria o distintos componentes a los que todavía se les pueda dar una segunda vida.

4.3 SERVICIOS A DESARROLLAR

En D&A Metales queremos destacar nuestra visión de ofrecer propuestas diferenciadas al resto de nuestros competidores, adaptadas a nuestros clientes y de una calidad máxima. A través de una combinación de experiencia, conocimientos técnicos y un enfoque centrado en la demanda de nuestro mercado; hemos decidido que esta será la gama de servicios que ofreceremos:

1. Fabricación de maquinaria agrícola y ganadera personalizada: ofreceremos servicio tanto de diseño como de fabricación de maquinaria personalizada. Con esto conseguiremos que nuestros clientes tengan equipamiento que se adapte perfectamente a sus exigencias particulares.
2. Piezas de repuesto y componentes: produciremos y diseñaremos una amplia gama de piezas de repuesto para maquinaria; esto puede incluir desde rejas y cuchillas hasta engranajes y rodamientos. De esta manera daremos una rápida solución a los imprevistos más comunes de nuestros clientes.
3. Sistemas de riego: produciremos y diseñaremos sistemas de riego y piezas de los mismos, como tubos, llaves de paso, tapones para tubos y aspersores...
4. Estructuras metálicas para granjas y naves agrícolas: fabricaremos estructuras metálicas como cercas, cobertizos o silos.
5. Servicios de consultoría: además de la fabricación y diseño, prestaremos servicios de consultoría a nuestros clientes; para seleccionar la maquinaria adecuada, conocer el mantenimiento de las mismas o como utilizarlas eficientemente.

6. Servicios de mantenimiento y reparación: realizaremos durante todo el año servicios de mantenimiento preventivo, adecuación de las maquinarias y reparaciones de emergencia durante la época de más trabajo.

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1 ANÁLISIS INTERNO

En relación a los **recursos humanos**, en un principio tendremos un grupo formado por los dos promotores: Diego y Alejandro. Aunque empezaremos con una plantilla pequeña, nuestra proyección a futuro incluye el crecimiento del equipo de trabajo, sobre todo en el equipo de producción para poder cumplir con el incremento de la demanda de nuestros servicios. Este crecimiento de plantilla vendrá dado por el desarrollo de nuestro mercado y las posibles variaciones en las necesidades de nuestros clientes.

Diego contribuye con una amplia experiencia en la soldadura de varios materiales y las estructuras metálicas. Alejandro, por otro lado, cuenta con una corta experiencia en el campo empresarial; pero con amplios conocimientos en la logística y la gestión de almacenes. Además está muy familiarizado con el mundo rural y sobre todo con la agricultura de la zona, por lo que tiene amplios conocimientos con los que poder dar un servicio y una orientación excelentes a nuestros clientes. Juntos combinamos unas habilidades y experiencias para abordar de manera eficiente tanto la producción como la gestión de D&A Metales.

A medida que la empresa se desarrolle y se afiance en el mercado consideramos la necesidad de expandir nuestros equipos de producción y gestión, para poder optimizar nuestras operaciones y ofrecer un servicio excepcional.

En cuanto a nuestros **recursos financieros**, nuestra capacidad es limitada. Sin embargo, contamos con una ventaja significativa, ya que disponemos de una nave donde podremos establecernos y ya contamos con muchas de las herramientas y materiales necesarios para comenzar a ofrecer nuestros servicios. Esto nos permite reducir nuestros costes iniciales y así contar con más recursos para poder acometer más operaciones.

En relación a la posibilidad de tener acceso a financiamiento adicional, estamos abiertos a buscar opciones de inversión externa o de financiación bancaria si fuera necesario para hacer frente al crecimiento y desarrollo de nuestra empresa en un futuro. Somos conscientes de que el crecimiento de nuestra empresa pueda necesitar una inversión adicional; por lo que estamos preparados para explorar estas opciones, asegurando la viabilidad y éxito de nuestra empresa a largo plazo.

Respecto a nuestras **instalaciones y equipos**, disponemos actualmente de una nave de 350 m² en un recinto de 1290 m², esto en un terreno total de 3775 m² por lo que a largo plazo tendríamos la capacidad de construir otras instalaciones. Esta infraestructura nos proporciona el espacio necesario para llevar a cabo nuestras actividades de una manera eficiente y cómoda. Además contamos de antemano con una amplia variedad de herramientas y materiales, debido a que uno de los promotores hace arreglos para sus familiares; por lo que con lo que tenemos podríamos comenzar a dar servicio a El Carpio y alrededores.

Si bien nuestras instalaciones y equipos actuales son más que suficientes para satisfacer las necesidades iniciales de producción, sabemos de la importancia que tiene realizar una inversión adicional para terminar de completar nuestros equipos. Sin embargo, al contar ya con gran parte de los recursos, esta inversión no debería suponer un problema a nuestra viabilidad a corto plazo.

Por último, nuestra **cultura** se define por nuestro compromiso con la zona y su comunidad, especialmente con el mundo rural y sus agricultores. En D&A Metales, reconocemos la importancia vital que tiene este sector en el mundo; por ello estamos decididos a contribuir a su bienestar y desarrollo. Nos esforzaremos por ser más que una simple empresa, convirtiéndonos en un socio en el que poder confiar y un apoyo valioso para aquellos que cuidan de este mundo.

Nuestra cultura está arraigada en los valores de la solidaridad, responsabilidad y respeto hacia el entorno rural. Creemos en la importancia de preservar las tradiciones y forma de vida locales, al tiempo que ayudamos a través de la innovación y el progreso sostenible. En D&A Metales fomentamos un ambiente de colaboración y creatividad en el que se busca constantemente nuevas soluciones y nuevos enfoques a los problemas cotidianos.

Estamos firmemente comprometidos con la sostenibilidad de la zona, reintroduciendo un servicio que se había perdido; pudiendo promover la reutilización

y reciclaje de materiales ya existentes en lugar de optar por comprar piezas o maquinarias nuevas. Contribuiremos al crecimiento y desarrollo tanto de nuestra empresa como de la comunidad; siendo firmes defensores de que nuestra filosofía beneficiará a todas las partes y creará oportunidades de éxito a corto y largo plazo.

En resumen, nuestra cultura está diseñada para ser un win-win para todas las partes interesadas.

5.2 ANÁLISIS EXTERNO

5.2.1 MACROENTORNO: PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que se utiliza para conocer el contexto externo de una empresa y es fundamental para la toma de decisiones estratégicas. Este análisis considera los factores externos que pueden influir en la actividad de una empresa. La palabra PESTEL es una abreviatura de los siguientes factores que se analizan:

- FACTORES POLÍTICOS

España se rige por una monarquía constitucional que se fundamenta en una democracia de tipo parlamentario. A pesar de esto, el poder está considerablemente descentralizado, lo que significa que las comunidades autónomas gozan de un amplio margen de autonomía en términos legislativos, ejecutivos y jurídicos.

Por esta razón, nuestra compañía deberá seguir las leyes de la comunidad autónoma de Castilla y León para su establecimiento, y también deberá considerar a la Diputación de Valladolid en asuntos relacionados con el emprendimiento.

En el contexto de las ayudas públicas, existen diversas alternativas que pueden ayudarnos a reducir la considerable inversión inicial requerida para nuestro proyecto:

- AYUDAS ESTATALES

1. Incentivos y ayudas para emprendedores y autónomos: El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) ofrece una serie de incentivos y ayudas para emprendedores y autónomos. Estos incluyen reducciones y bonificaciones a la Seguridad Social, ayudas ICO, y ayudas de las Comunidades Autónomas.

2. Guía “Quién te ayuda a emprender” 2024: Esta guía gratuita reúne los recursos de apoyo al emprendimiento más destacados. En ella se encuentran un gran número de herramientas, programas y entidades de apoyo al emprendimiento.

3. Ayudas para jóvenes emprendedores: El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ofrece una serie de ayudas para jóvenes emprendedores que incluyen: Préstamos para la creación de empresas, ayudas para la contratación de personal y ayudas para el fomento de la innovación y el emprendimiento.

– AYUDAS AUTONÓMICAS

1. Microcréditos para jóvenes emprendedores: La Junta de Castilla y León ofrece una línea de financiación de microcréditos para jóvenes emprendedores de entre 18 a 35 años. Se puede acceder a un máximo de 25.000 euros para financiar el 100% del proyecto a un tipo de interés fijo de 5,90% sin que esté supeditado a ningún tipo de fianza ni aval.

2. Subvenciones para la creación de empresas: La Junta de Castilla y León convoca subvenciones destinadas a facilitar la financiación de los proyectos empresariales, con el fin de promover la creación de empresas, así como la creación de puestos de trabajo por cuenta ajena.

3. Programa de Apoyo a Jóvenes Emprendedores: Este programa contempla hasta un máximo de 18 ayudas para los proyectos presentados, teniendo una dotación económica por cada proyecto seleccionado de 2.000 €.

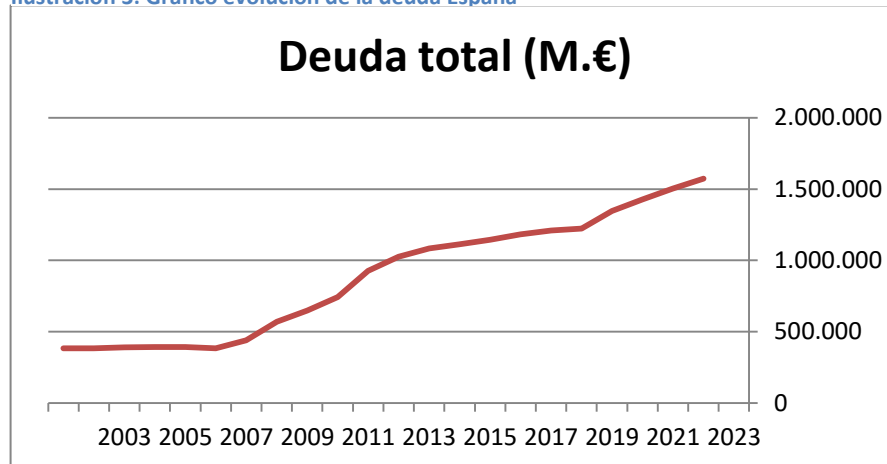
- FACTORES ECONÓMICOS

La economía española, impulsada principalmente por su Producto Interior Bruto (PIB), ha mantenido una posición destacada en la Eurozona y la Unión Europea. España ha cumplido con los compromisos económicos establecidos en el Pacto de Estabilidad y Crecimiento para la Eurozona desde que adoptó el Euro como moneda común en 2002.

No obstante, la crisis económica global de 2008 significó un cambio significativo, lo que demostró los signos de una gran dependencia financiera del sector inmobiliario. Como consecuencia de esto, se produjeron diversas repercusiones, como una marcada disminución de la actividad económica, una alta

tasa de desempleo, una disminución de los ingresos fiscales y un incremento del gasto público, además de un aumento en la deuda pública en relación al PIB.

Ilustración 3: Gráfico evolución de la deuda España



Fuente: elaboración propia con datos de: expansión.com

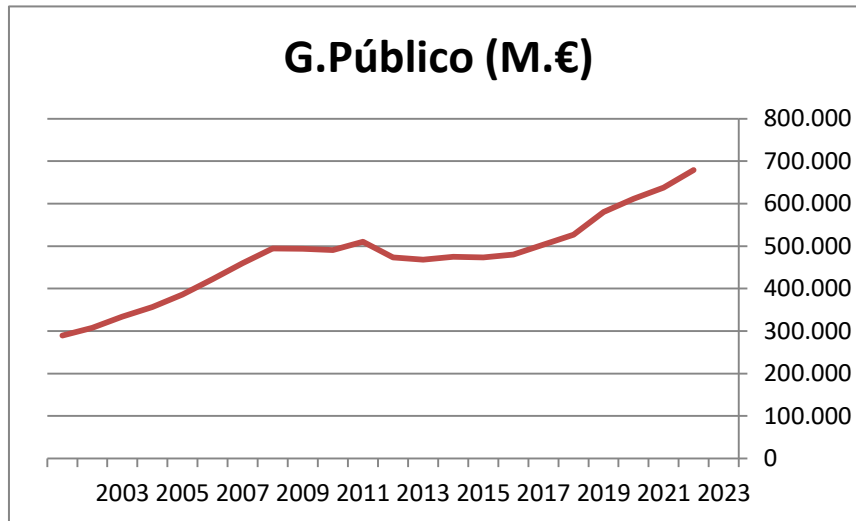
En el año 2002, la deuda pública de España era de 384.145 millones de euros. Durante los siguientes años, hasta 2007, la deuda se mantuvo estable mostrando pequeñas variaciones, situándose en 384.662 millones de euros.

A partir de 2008 y debido a la crisis financiera mundial, la deuda se disparó hasta los 440.621 millones de euros. Debido a la recesión y a las medidas económicas, la deuda siguió creciendo hasta los 743.043 millones de euros en 2011.

En 2012 debido al rescate bancario español, la deuda saltó a 927.813 millones de euros. El endeudamiento siguió creciendo moderadamente hasta situarse en 1.223.355 millones de euros en 2019.

Tras la pandemia de Covid-19, la deuda pública subió hasta 1.345.786 millones de euros en 2020. Las consecuencias económicas que trajo consigo esta pandemia, derivó en un incremento significativo de la deuda hasta situarse en 1.573.754 millones de euros en 2023.

Ilustración 4: Gráfico gasto público España



Fuente: elaboración propia con datos de: expansión.com

En 2002, el gasto público en España se situaba en 289.607 millones de euros; durante los siguientes años hasta el 2007 se vio un crecimiento constante hasta llegar a los 422.204 millones de euros.

En los años 2008 y 2009 se produjo un incremento hasta los 494.355 millones de euros con la intención de suavizar los efectos de la crisis y estimular la economía.

El gasto se mantuvo con pequeñas variaciones, hasta que en 2012 y debido al rescato bancario, este subió hasta los 510.092 millones de euros. En 2013, bajó hasta los 473.465 millones y se mantuvo estable hasta el 2017, en el que el gasto público suponía 480.265 millones de euros.

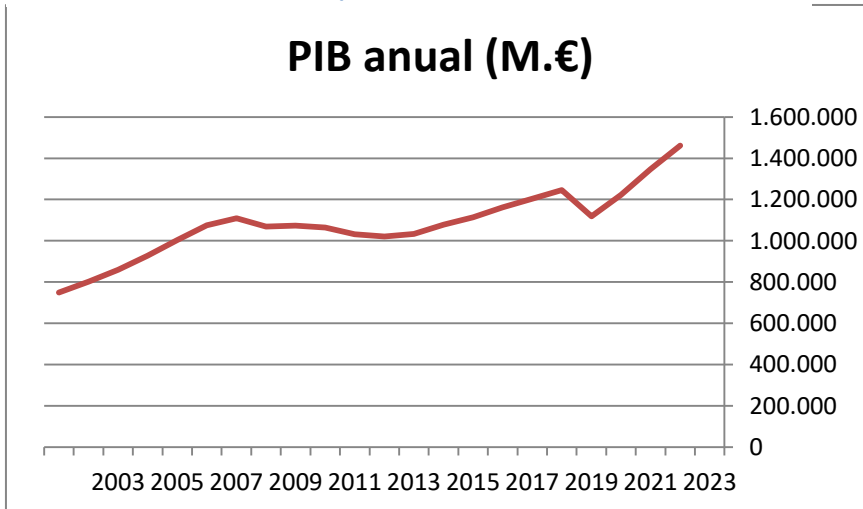
En 2018 se dio un nuevo incremento hasta los 503.364 millones; de nuevo se incrementaría en 2019 hasta los 526.652, lo que se reflejó en el aumento de inversiones públicas. En 2020 y debido a la Covid-19, el gasto público se vio incrementado hasta los 580.771 millones, debido a las medidas excepcionales tanto económicas como sanitarias.

Desde 2021 hasta 2023 el gasto público se ha ido incrementando progresivamente debido en gran parte a las políticas de recuperación económica tras la pandemia.

No obstante, desde mediados de la década pasada, el PIB español ha mostrado signos de recuperación, lo que ha sido beneficioso para todas las empresas

españolas. A pesar de la crisis financiera, el desarrollo económico gradual ha dado lugar a la posibilidad de obtener financiamiento externo y ha aumentado el ingreso de las familias, lo que podría resultar en un aumento en el gasto en ocio.

Ilustración 5: Gráfico PIB anual España



Fuente: elaboración propia con datos de: expansión.com

En 2002, el PIB de España era de 749.552 millones de euros. Este valor aumentó regularmente hasta 2007, cuando el PIB alcanzó los 1.075.539 millones; reforzando una etapa de fuerte crecimiento económico en el país.

La crisis financiera mundial, supuso un punto de inflexión en España, esto se refleja en la caída del PIB desde los 1.109.541 millones en 2008 hasta los 1.020.677 millones en 2013.

A partir de 2014 se produjo un crecimiento constante del PIB desde los 1.032.608 millones hasta los 1.114.420 millones en 2016 y después a los 1.245.513 millones en 2019. Este periodo de crecimiento refleja una recuperación económica estable.

La pandemia del Covid-19 provocó una caída del PIB a 1.119.010 millones, consecuencia de las restricciones y la recesión económica. La recuperación fue rápida, aumentando a 1.222.290 millones en 2021, a 1.346.377 millones en 2022 y a 1.461.889 millones en 2023. Este aumento del PIB se debe a la reactivación de la economía tras la pandemia.

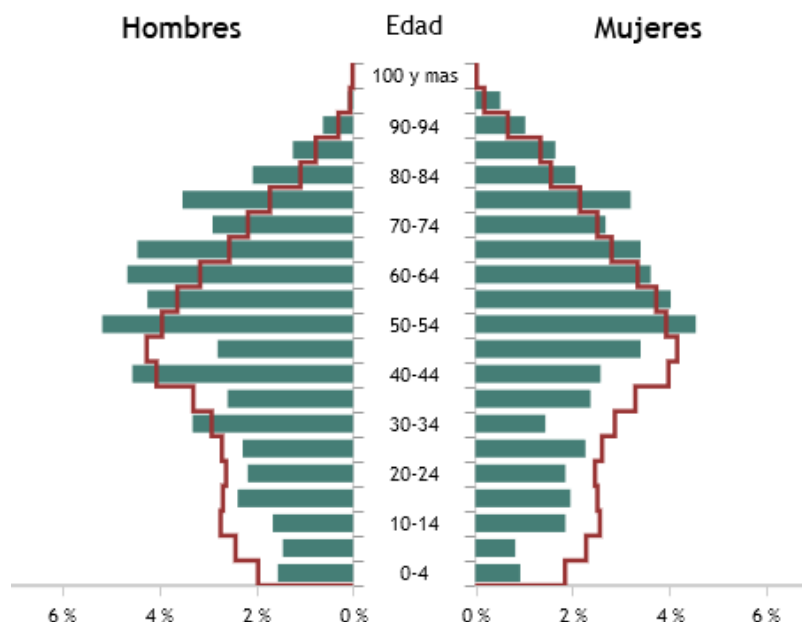
El gobierno español ha llevado a cabo varias medidas y reformas para ayudar a los emprendedores y las pymes a superar los efectos de la crisis y promover el crecimiento empresarial. Estas incluyen la liberalización del comercio y los servicios con el objetivo de facilitar la apertura de negocios, fomentar la competencia y acelerar la actividad del sector minorista. Además, las líneas de crédito del Instituto de Crédito Oficial se han ampliado para ayudar a autónomos y proyectos empresariales de pequeñas y medianas empresas.

Las medidas gubernamentales y la recuperación económica en España ofrecen oportunidades para el crecimiento empresarial y el emprendimiento. La creación de nuevas empresas mejorará el crecimiento económico y social del país.

- FACTORES SOCIO-CULTURALES

A 1 de enero de 2024, España tenía 48.592.909 habitantes, de los cuales 23.807.546 eran hombres y 24.785.363 eran mujeres. La esperanza de vida es elevada, con 80,4 años para los hombres y 85,7 años para las mujeres en 2022. Sin embargo, la tasa de natalidad bruta en 2024 es de 7,02 nacidos por cada mil habitantes, lo que indica una dinámica demográfica complicada.

Ilustración 6: Pirámide poblacional El Carpio - España



Fuente: INE

Este gráfico muestra una comparativa de las pirámides poblacionales de El Carpio (verde) y de España (rojo).

Se observa que ambas pirámides tienen una forma parecida; una base estrecha que representa los grupos de edades más jóvenes y un ensanchamiento en las edades medias y mayores. Estas pirámides reflejan un envejecimiento de la población, motivado por una baja tasa de natalidad, mayor esperanza de vida y una menor tasa de mortalidad infantil.

La tasa de alfabetización es muy alta, alcanzando el 99,03% para hombres y el 98,19% para mujeres en 2020. Además, el 62,9% de la población tiene estudios superiores, lo que indica que la sociedad española tiene un alto nivel de educación. Según el ARWU (Academic Ranking of World Universities) 2022, 40 universidades españolas se encuentran entre las 1000 mejores del mundo, pero solo 11 se encuentran entre las 500 mejores, lo que indica que el sistema educativo superior necesita mejorar.

En las últimas décadas, España ha visto cambios significativos en las actitudes sociales. A pesar de que la importancia de las relaciones familiares y comunitarias sigue siendo alta. Se observa una influencia creciente de la cultura de consumo, que refleja un cambio hacia el materialismo y el individualismo. Sin embargo, al mismo tiempo, la conciencia sobre el medio ambiente ha aumentado, lo que ha generado un mayor interés en la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Aunque la familia sigue siendo importante, con fuertes lazos y celebraciones tradicionales, las actitudes hacia el trabajo varían según la generación y la situación económica. Los mayores tienden a valorar la estabilidad laboral, mientras que los jóvenes pueden priorizar el equilibrio entre la vida personal y el trabajo. Esta variedad de puntos de vista refleja la complejidad de la sociedad española, así como las diversas influencias culturales y generacionales que tiene.

España presenta una combinación única de altos niveles de educación, una población envejecida, cambios en las actitudes sociales y una creciente conciencia ambiental. Es esencial entender estas dinámicas para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en la sociedad española moderna.

- FACTORES TECNOLÓGICOS

En el panorama tecnológico, la inteligencia artificial se ha convertido en una fuerza dominante que transforma la industria de las tecnologías de la información y redefine los canales de distribución. Se espera que la inteligencia artificial se integre en todos los aspectos del crecimiento del sector tecnológico, creando nuevas oportunidades y desafíos para las empresas. Áreas clave como la ciberseguridad y la computación en la nube están recibiendo un impulso importante debido a los avances en inteligencia artificial. La tecnología se ha convertido en un aliado estratégico para fortalecer la seguridad digital y optimizar los servicios en la nube.

El impulso hacia la modernización tecnológica en España se posiciona como una prioridad, a pesar de los desafíos de la escasez de talento. Los líderes del sector, como mayoristas, proveedores de servicios o consultoras; liderarán este proceso. Se estima que se gestionará una inversión de más de 55.000 millones de euros, según Channel Partner, para la actualización tecnológica de las empresas españolas, siendo esto un hito en el camino hacia la innovación y la competitividad global.

Por otro lado, la economía española sigue avanzando en el proceso de modernización y digitalización. Las empresas se centran cada vez más en modelos de negocio donde la flexibilidad y la escalabilidad son claves.

España se encuentra en un momento de cambios y oportunidades, la inteligencia artificial, la modernización tecnológica y la digitalización económica son pilares fundamentales del progreso y la competitividad en el mercado global.

En la zona de El Carpio, hay principalmente tres factores tecnológicos que hay que tener en cuenta. Contamos con conexión a internet mediante fibra y tenemos acceso a redes de telecomunicaciones, pero estas infraestructuras tecnológicas son de una calidad baja. Respecto a la adopción de tecnología por parte de las empresas locales, se observa una adaptación limitada debido a la resistencia al cambio y a la falta de recursos para llevar a cabo este cambio. En cuanto a la formación tecnológica especializada, Medina del Campo cuenta con este servicio, proporcionando a la zona gran cantidad de especialistas en materia de mantenimiento de maquinaria electrónica.

- FACTORES ECOLÓGICOS

La sostenibilidad y el cambio climático se han vuelto preocupaciones esenciales para las empresas en España. Con una creciente conciencia ambiental y presión social, las empresas se ven obligadas a adoptar prácticas más sostenibles. La escasez de materias primas y los objetivos de reducción de la contaminación están impulsando una mayor demanda de producción limpia y responsable. La responsabilidad social y medioambiental se ha convertido en un factor decisivo para los consumidores, quienes ahora esperan productos éticos y sostenibles.

Para operar en el mercado español, es fundamental que las empresas consideren su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica evaluar y mejorar constantemente las prácticas de producción y la cadena de suministro para asegurar que sean socialmente responsables y respetuosas con el entorno.

La regulación medioambiental desempeña un papel crucial en el funcionamiento de las empresas españolas. Las regulaciones gubernamentales y las políticas ambientales establecen requisitos que debemos cumplir. Esto incluye la protección del medio ambiente, la gestión de residuos y la conservación de recursos naturales. Cumplir con estas normas no solo es una obligación legal, sino también una responsabilidad ética y social.

Además, el etiquetado y la seguridad de los productos son aspectos clave. Cumplir con las normas de etiquetado y garantizar la seguridad de los productos son medidas importantes para proteger a los consumidores y aumentar la transparencia en la información proporcionada. Esto incluye la identificación correcta de ingredientes, procesos de fabricación y cualquier riesgo potencial asociado con el uso del producto.

Las empresas en España enfrentan diversos retos en cuanto a sostenibilidad ambiental, responsabilidad social, regulación gubernamental y seguridad de productos. Al abordar estos desafíos, no solo cumplen con sus obligaciones legales y éticas, sino que también buscan mejorar su reputación, generar confianza entre los consumidores y contribuir positivamente al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

- FACTORES LEGALES

El éxito y la supervivencia de nuestra empresa dependen en gran medida del entorno legal en España. Para operar aquí sin problemas, necesitamos estar bien informados y cumplir con todas las regulaciones y normativas. Esto incluye temas

cruciales como la salud y seguridad, igualdad de oportunidades, normas de publicidad, derechos del consumidor, etiquetado y seguridad de productos.

El panorama legal está en constante cambio, y España no es la excepción. Las leyes y regulaciones pueden evolucionar con el tiempo, por lo que es esencial que estemos siempre preparados para adaptarnos y mantenernos al día con las nuevas disposiciones que puedan afectar nuestras operaciones y cumplimiento normativo.

Debemos cumplir con las leyes laborales, fiscales y comerciales. Esto abarca desde el cumplimiento tributario hasta la elaboración y ejecución de contratos, protección de datos y responsabilidad ante terceros. Actuar con integridad y diligencia en el ámbito legal es fundamental, ya que cualquier incumplimiento en estas áreas puede tener consecuencias significativas para nuestra empresa.

También es crucial evaluar la estabilidad del sistema legal y la previsibilidad de las decisiones judiciales en España. Una estabilidad jurídica sólida favorece nuestras actividades comerciales al proteger nuestros derechos y garantizar la seguridad jurídica en las transacciones.

5.2.2 MICROENTORNO: 5 FUERZAS DE PORTER

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta estratégica creada por Michael E. Porter en 1979. Este modelo permite evaluar la capacidad de la competencia en un mercado específico. Las 5 fuerzas que se analizan son:

1. Rivalidad de los competidores actuales: examina la competencia en el mercado actual.
2. Poder de negociación de los clientes: establece cuanto poder tienen los consumidores sobre el precio del producto.
3. Poder de negociación de los proveedores: evalúa cuanto control tienen los proveedores sobre el precio de los materiales.
4. Amenaza de entrada de nuevos competidores: estudia la facilidad o dificultad de que competidores potenciales entren en el mercado.
5. Amenaza de productos o servicios sustitutos: analiza la posibilidad de que los consumidores encuentren un nuevo producto o servicio que pueda realizar la misma función que nuestra empresa

El análisis Porter es útil en los análisis de mercado por varias razones:

- Permite entender la estructura competitiva del mercado y visualizar a la competencia actual.
- Ayuda a medir y determinar la rentabilidad de un sector o industria.
- Facilita la elaboración de una estrategia competitiva y empresarial.
- Ayuda a anticipar cambios en el mercado y adaptarse a ellos.
- Permite a las empresas identificar oportunidades y amenazas dentro del sector.

ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

En el marco de la creación de nuestra empresa en El Carpio (Valladolid), hemos realizado un análisis exhaustivo de los competidores potenciales en un radio de 20 km. Este análisis es crucial para entender el panorama competitivo y diseñar estrategias efectivas de negocio.

En Bobadilla del Campo (Valladolid), encontramos a Basilio Sanz Gómez (Carpintería Metálica B.Sanz), una empresa que se dedica a las actividades según el CNAE: 2562 (Ingeniería mecánica por cuenta de terceros), 256 (Tratamiento y revestimiento de metales) y 25 (Fabricación de productos metálicos). Esta empresa representa una competencia directa en el sector de metalurgia, debido a la cercanía y a que realiza los mismos servicios.

En El Campillo (Valladolid), está Ernesto Pastor Pocero, autónomo que también se dedica a las actividades según el CNAE: 2562 (Ingeniería mecánica por cuenta de terceros), 256 (Tratamiento y revestimiento de metales) y 25 (Fabricación de productos metálicos).

En Cantalapiedra (Salamanca), encontramos a la empresa Magrican Aperos y Repuestos S.L. creada en 2006; y que se dedica a la actividad según el CNAE: 2830 (Fabricación de maquinaria agrícola y forestal). Aunque su actividad principal no es exactamente la misma que vamos a realizar nosotros, la diversidad de sus servicios puede representar una competencia indirecta.

En Tarazona de la Guareña (Salamanca), encontramos a Toribio Sánchez del Brío e Hijos C.B., comunidad creada en el año 1989 que se dedica a la actividad según el CNAE: 2830 (Fabricación de maquinaria agrícola y forestal). A pesar de su antigüedad, la evolución del mercado y las nuevas tecnologías pueden ofrecer oportunidades para competir con empresas establecidas como esta.

ANÁLISIS DE LOS CLIENTES

En el contexto de la metalurgia agrícola y ganadera en El Carpio (Valladolid), el análisis de los clientes potenciales revela un mercado prometedor y oportunidades estratégicas significativas. En un radio de aproximadamente 10 km, se estima que existen entre 120 y 150 agricultores, junto con unas 10 explotaciones ganaderas de diversos tipos, lo que demuestra una base sólida de clientes potenciales.

Además, la sólida relación con Interagro de Patatas S.L., la empresa líder en el cultivo de patatas en la zona, es un recurso invaluable. Mediante un acuerdo establecido, Interagro de Patatas S.L. se compromete a promover nuestra empresa entre sus agricultores, lo que no solo incrementa nuestra presencia en el mercado, sino que también crea un canal de referencia confiable y eficaz.

Es importante recordar que en el sector agrícola y ganadero de la región, los factores que influyen en la decisión de compra no se limitan solo al costo. En cambio, la rapidez, calidad y durabilidad de los servicios son aspectos fundamentales. La disponibilidad para prestar servicios durante todo el año también se resalta como un factor esencial para satisfacer las necesidades de los clientes en la región.

ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Para realizar el análisis de proveedores potenciales para nuestra empresa, hemos considerado factores clave como la ubicación geográfica, los métodos de entrega y el enfoque comercial de cada empresa. Este análisis nos ha permitido identificar a nuestros posibles proveedores, una decisión que también se ha visto influenciada por las relaciones existentes entre uno de nuestros promotores y estas empresas.

Todas las empresas identificadas están ubicadas en Valladolid, ofrecen la posibilidad de realizar compras tanto en persona como online, y proporcionan un servicio de entrega a domicilio. Este conjunto de características es especialmente ventajoso para nosotros, dado que nuestra ubicación está a tan solo 15 minutos de la autovía A-62.

Las empresas seleccionadas son las siguientes:

- Mundo Industria, Comercial ULSA y Würth, todas ellas dedicadas a la venta de materiales.
- Comercial ADA y Comercial Accesorio, especializadas en la venta de herramientas.
- Vadesol, que se dedica a la venta de consumibles.

Estamos convencidos de que estas empresas, gracias a su proximidad y a la variedad de sus ofertas, serán capaces de satisfacer nuestras necesidades y contribuir al éxito de nuestra empresa. Continuaremos trabajando para fortalecer estas relaciones y asegurar una colaboración mutuamente beneficiosa.

BARRERAS DE ENTRADA

En el contexto de nuestra empresa es crucial para entender cuáles pueden ser las dificultades que nos podemos encontrar para asegurar un lanzamiento exitoso y una operación prolongada y fructífera. Entre las principales dificultades que nos vamos a poder encontrar están:

Los factores tecnológicos, ya que nuestra industria requiere tecnología avanzada y maquinaria especializada. La adquisición y mantenimiento de este equipamiento es costoso y complejo, lo que puede suponer una dificultad al empezar a funcionar operativamente.

Las normativas gubernamentales, que abarcan desde permisos y licencias hasta normas de seguridad y medioambiente. Es crucial tener un conocimiento profundo de estas normativas para poder establecer procesos y procedimientos adecuados, ya que de primeras pueden ser costosos y complejos.

El acceso a los recursos naturales que vamos a trabajar pueden ser limitados o controlados durante el tiempo, por lo que debemos realizar asociaciones estratégicas y estimaciones adecuadas para que esto no se convierta en una dificultad para nuestra empresa.

La lealtad de los posibles clientes a las empresas ya existentes puede suponer otra barrera, ya que empezamos de cero y tenemos que ganar cuota de mercado.

Por último, las economías de escala; ya que las empresas existentes y consolidadas pueden tener ventajas en los costes debido a su mayor volumen de producción. Esto puede suponer un desafío a la hora de abrir nuestra empresa, ya que tendremos que buscar una diferenciación de nuestro servicio y una gestión eficiente de nuestros recursos.

SERVICIOS SUSTITUTIVOS

Nos enfrentamos a tres principales formas de competencia o sustitución de nuestros servicios.

Existe la posibilidad de que surja una nueva empresa que ofrezca servicios similares a los nuestros. Sin embargo, este escenario parece poco probable dado que en la última década no se ha establecido ninguna empresa de este tipo en nuestra zona.

Nuestros clientes pueden optar por adquirir maquinaria o componentes nuevos en lugar de reparar los existentes. Esta tendencia se ha vuelto más común, ya que los agricultores y ganaderos están dejando de usar maquinaria antigua. Como resultado, muchos de ellos actualizan sus equipos cada cierto número de años.

Finalmente, nuestros clientes potenciales podrían decidir realizar ellos mismos las reparaciones. Aunque esto puede ocurrir en el caso de reparaciones sencillas, la mayoría de nuestros clientes prefieren contratar un servicio como el nuestro. De esta manera, pueden garantizar la calidad y durabilidad de sus equipos.

5.3 ANÁLISIS DAFO

En cuanto a las debilidades, identificamos que nuestra capacidad financiera inicial es limitada, lo que puede retrasar nuestro crecimiento y operaciones durante los primeros años; también contamos con una experiencia empresarial muy limitada, esto podría suponer complicaciones a la hora de enfrentarnos al mercado o a la hora de gestionar nuestros recursos de una manera eficiente.

Las amenazas a las que nos enfrentamos son dos principalmente; la primera es que nuestra competencia ya está establecida en el mercado, lo que hace que tengan una base de clientes y una buena reputación en la zona; la segunda es el riesgo de estacionalidad de la demanda de nuestros servicios, ya que la demanda de servicios de metalurgia enfocada en los sectores agrícola y ganadero, varía según la época del año y la carga de trabajo.

Sin embargo, contamos también con fortalezas que permitirán diferenciarnos de la competencia y ofrecer un valor único. Nuestra infraestructura y recursos existentes permiten que contemos con una base sólida para comenzar a operar en el mercado sin tener que realizar grandes inversiones iniciales. Nuestro compromiso con la comunidad y la sostenibilidad, dos valores que en los últimos años son muy tenidos en cuenta por los clientes, nos permitirán construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes locales. Además, la colaboración con empresas locales, nos permite crear relaciones que nos ayudarán a mejorar nuestra oferta de servicios y expandir nuestro alcance en el mercado.

Por último, respecto a las oportunidades, la demanda creciente de servicios especializados en el sector de la metalurgia agrícola y ganadera nos ofrece un escenario favorable para captar nuevos clientes y expandir nuestra participación en el mercado. La creciente conciencia ambiental se alinea con nuestros valores y nuestras prácticas operativas, esto hace que cumplamos con las expectativas de los consumidores actuales, quienes cada vez valoran más la sostenibilidad y responsabilidad medioambiental en sus decisiones de compra.

Ilustración 7: Análisis DAFO D&A Metales



Fuente: elaboración propia

6. PLAN DE MARKETING

6.1 FIJACIÓN DE OBJETIVOS: S.M.A.R.T

El modelo SMART es una herramienta de planificación estratégica utilizada para diseñar objetivos de una manera inteligente y operativa. Las siglas SMART hacen referencia a cada uno de los criterios que debe cumplir cada objetivo:

- Specific (Específico): los objetivos deben ser claros y concisos.
- Measurable (Medible): los objetivos deben ser cuantificables para así poder evaluar su progreso y éxito.
- Achievable (Alcanzable): los objetivos deben ser prácticos para poder alcanzarlos.
- Realistic (Realista): los objetivos deben estar alineados con los recursos y capacidades disponibles de la empresa.
- Time-bound (Duración limitada): los objetivos deben tener un tiempo definido para su cumplimiento.

Esta metodología ofrece un marco sólido para la planificación estratégica mediante unos criterios objetivos.

Según este modelo, hemos fijado una serie de objetivos:

1. Lograr una tasa de retención de clientes del 70% en el primer año de operaciones.
2. Convertirnos en el proveedor líder de servicios de maquinaria agrícola y ganadera en El Carpio y sus alrededores en un plazo de tres años.
3. Conseguir una calificación de satisfacción del cliente del 85% o superior en los primeros 6 meses de actividad.
4. Incrementar el número de clientes potenciales en un 15% en el primer año.
5. Mejorar la visibilidad de la marca mediante la participación en al menos tres eventos comunitarios en el primer año.
6. Expandir nuestra presencia en redes sociales y alcanzar 1000 seguidores en nuestra cuenta de Instagram en los dos primeros años.
7. Ofrecer un programa de capacitación gratuito para agricultores y ganaderos locales y atraer al menos a 20 participantes en el primer año.

6.2 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

Las estrategias que desarrollaremos estarán alineadas con el modelo de las 4P's del Marketing Mix y además seguirán distintos tipos de estrategias de negocio para asegurar un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en el mercado. Las estrategias estarán conectadas y se complementarán entre sí para crear una propuesta de valor sólida y coherente.

Según el modelo de la Ventaja Competitiva de Porter, adoptaremos estrategias basadas en la diferenciación y el enfoque. Esto implicará ofrecer servicios especializados y de alta calidad que satisfagan las necesidades específicas de los agricultores y ganaderos de El Carpio y sus alrededores. La especialización en maquinaria agrícola y nuestro compromiso con la sostenibilidad permitirán que nos destaquemos de nuestra competencia.

Según el Desarrollo Empresarial, comenzaremos desarrollando una estrategia de crecimiento, buscando expandir nuestra cartera de clientes y mejorando nuestra oferta de servicios. A medida que consolidemos nuestra presencia en el mercado, pasaremos a realizar una estrategia de estabilidad para lograr mantenernos y fortalecer nuestra presencia en el mercado. Cuando hayamos logrado pasar estas dos fases, implementaremos una estrategia de reestructuración para diversificar nuestras actividades y convertirnos en un taller especializado de marcas reconocidas de maquinaria agrícola como son Grimme o Amazone entre otras.

La segmentación del mercado se enfocará en una estrategia de concentración, enfocándonos principalmente en los sectores agrícola y ganadero. Así podremos concentrar nuestros recursos y conocimientos en satisfacer las demandas de nuestros clientes; aunque también estaremos abiertos a servir a otros sectores.

Por último, nuestras estrategias de posicionamiento se basarán en la especialización, la calidad y la sostenibilidad. Al enfocarnos en estos tres aspectos, además de resolver los problemas de nuestros clientes con soluciones innovadoras y eficientes; también construiremos una imagen de marca confiable y responsable.

6.3 ESTRATEGIA COMERCIAL

6.3.1 PRODUCTO

El isotipo e imagotipo que hemos creado combina elementos relacionados con la agricultura y la metalurgia. A continuación, detallamos sus características:

- **Engranaje:** la parte inferior del isotipo e imagotipo presenta un engranaje con dientes, con el que buscamos hacer referencia a la maquinaria y el trabajo industrial. Esto está relacionado con la metalurgia y la fabricación de equipos.
- **Espiga de Trigo:** en la parte superior del isotipo e imagotipo, hay una espiga de trigo que representa al sector agrícola y la producción de alimentos.
- **Colores:** el isotipo es monocromático, usando un color verde; según la notación RGB (115, 132, 36) y según el código hexadecimal (#738424). Con este color buscamos hacer referencia al color característico del campo en primavera.

Ilustración 8: Isotipo D&A Metales



Fuente: elaboración propia

Ilustración 9: Imagotipo D&A Metales



Fuente: elaboración propia

Con estos elementos buscamos diferenciar nuestra empresa en los siguientes aspectos:

- **Combinación de Sectores:** al fusionar elementos de la agricultura y la metalurgia, buscamos comunicar que nuestra empresa se especializa en atender las necesidades metalúrgicas de este sector. Que una empresa se especialice en este sector en nuestra zona, es prácticamente único, por lo que de esta forma buscamos diferenciarnos de nuestros competidores.

- **Reconocimiento Visual:** el uso de elementos que relacionan directamente ambos sectores creemos que hará que nuestra marca sea fácilmente reconocible dentro de nuestro nicho de mercado. Buscando que nuestros clientes asocien rápidamente nuestros elementos con la metalurgia agrícola.
- **Valores Asociados:** con el color verde que hemos utilizado buscamos además de hacer referencia al campo y al mundo rural; hacer también referencia a valores como el crecimiento y la sostenibilidad. Estos valores son muy apreciados actualmente tanto en los sectores con los que trabajaremos como en la sociedad.

Buscamos además que nuestros elementos visuales sean capaces de atraer a nuestro público objetivo en El Carpio y sus alrededores.

El Carpio está situado en una región predominantemente agrícola y ganadera, lo que hace que nuestra localización sea estratégica para el éxito de nuestra empresa. Al combinar los elementos visuales de la metalurgia y la agricultura en nuestros elementos visuales, conseguiremos una conexión inmediata con la comunidad local. Este diseño será fundamental en nuestros materiales de marketing, asegurando que nuestra identidad sea reconocible y memorable.

Para potenciar nuestra imagen, es importante contar un relato coherente que destaque cómo nuestra empresa fusiona la metalurgia con la agricultura y la ganadería. A través de esta historia, debemos resaltar los beneficios que nuestros productos y servicios ofrecen a agricultores y ganaderos, principalmente; y también al resto de la comunidad. Esta narrativa no solo explica nuestra especialización, sino que también subraya nuestro compromiso con la eficiencia y la sostenibilidad.

Además, la participación en eventos locales como ferias agrícolas y exposiciones ganaderas será esencial. Estos eventos nos permitirán mostrar nuestros elementos visuales y nuestros servicios, estableciendo conexiones directas con clientes potenciales; fortaleciendo nuestra presencia en el mercado y consolidando nuestra reputación como líderes en la metalurgia agrícola y ganadera.

A través de estos esfuerzos, buscamos que nuestros clientes asocien rápidamente nuestros elementos visuales con la metalurgia agrícola y ganadera, reforzando así nuestra identidad de marca y nuestros valores de crecimiento y

sostenibilidad, altamente valorados tanto en los sectores con los que trabajamos como en la sociedad en general.

6.3.2 PRECIO

Hemos basado nuestra estrategia de precios en un análisis detallado de nuestra previsión de ventas y costes. De esta manera, estimamos que alcanzaremos un volumen de ventas suficiente para cubrir todos los costes, permitiéndonos así obtener un margen de beneficio razonable para poder reinvertir en nuestro crecimiento.

Tabla 1: Previsión de ventas D&A Metales

SERVICIO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
FABRICACIÓN MAQUINARIA				
Unidades	5	6	0	5
Precio venta	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
Ingreso	10.000,00 €	12.000,00 €	- €	10.000,00 €
PIEZAS DE REPUESTO				
Unidades	100	100	100	60
Precio venta	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Ingreso	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	6.000,00 €
SISTEMAS DE RIEGO				
Unidades	100	200	120	0
Precio venta	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Ingreso	15.000,00 €	30.000,00 €	18.000,00 €	- €
ESTRUCTURAS METÁLICAS				
Unidades	3	5	5	2
Precio venta	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €
Ingreso	1.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	1.000,00 €
CONSULTORÍA				
Unidades	40	25	30	10
Precio venta	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Ingreso	2.000,00 €	1.250,00 €	1.500,00 €	500,00 €
MANTENIMIENTOS				
Unidades	300	130	0	50
Precio venta	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Ingreso	30.000,00 €	13.000,00 €	- €	5.000,00 €
REPARACIONES				
Unidades	80	100	150	50
Precio venta	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Ingreso	12.000,00 €	15.000,00 €	22.500,00 €	7.500,00 €
INGRESO TOTAL	80.500,00 €	83.750,00 €	54.500,00 €	30.000,00 €

Fuente: elaboración propia

Para fijar nuestros precios, hemos optado por un enfoque que combina los costes de producción con un margen de beneficio adecuado. Creemos que este método nos garantizará una estabilidad financiera desde el inicio. Aunque a futuro podríamos ajustar nuestra estrategia dependiendo de factores como la competencia o la demanda del mercado.

Nuestros precios serán variables y por lo tanto también lo serán los costes, estos se adaptarán a las necesidades de cada cliente y al servicio. Mientras algunos precios tendrán precios estándar y únicamente dependerá de las horas trabajadas, sabiendo que cada hora trabajada tendrá un precio de 20€; otros servicios más complejos se valorarán de manera individual. Esta flexibilidad nos permitirá ofrecer un valor añadido y responder mejor a las distintas necesidades del mercado.

Para atraer y retener clientes, implementaremos distintas políticas como promociones especiales durante eventos u ofrecer rappels para clientes recurrentes, para incentivar así la fidelidad de nuestros clientes y aumentar así nuestro volumen de ventas.

El margen de beneficio de cada servicio ha sido calculado para garantizar que cubra todos los costes y nos proporcione una ganancia suficiente para crecer. Buscamos mantener un margen promedio del 30%, este porcentaje nos permite ser competitivos en el mercado y asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo de nuestro negocio.

Dado que cada uno de los proyectos es único y las circunstancias pueden variar significativamente, los márgenes de beneficio que hemos calculado no son exactos. Hemos fijado los precios de nuestros servicios tras realizar un exhaustivo análisis de mercado, asegurándonos ser competitivos y atractivos para nuestros clientes. Sin embargo, los costes que hemos estimado van a variar; ya que en este tipo de servicios, los costes variables van a cambiar en cada caso específico.

Por lo que aunque ofrecemos una estimación fiable, la flexibilidad y adaptación a las circunstancias particulares de cada servicio van a ser claves para asegurar la precisión de nuestros márgenes.

Tabla 2: Margen de beneficio por servicio D&A Metales

SERVICIOS	PRECIO	COSTE	Nº SERVICIOS	MARGEN BENEFICIO X SERVICIO (%)
FABRICACIÓN MAQUINARIA	2.000 €	850 €	16	57,5
PIEZAS DE REPUESTO	100 €	65 €	360	35
SISTEMAS DE RIEGO	150 €	62 €	420	58,67
ESTRUCTURAS METÁLICAS	500 €	440 €	15	12
CONSULTORÍA	50 €	34,90 €	105	30,21
MANTENIMIENTOS	100 €	40 €	480	60
REPARACIONES	150 €	73,65 €	380	50,90

Fuente: elaboración propia

6.3.3 DISTRIBUCIÓN

Nuestros canales de distribución serán principalmente directos, ofreciendo servicios tanto en nuestra nave en El Carpio como a domicilio. Los servicios a domicilio se realizarán especialmente en la época de campaña durante el verano, cuando hay más trabajo en el campo. Esto nos permitirá estar más cerca de nuestros clientes en el momento en que más necesitan nuestros servicios, ofreciendo una atención personalizada y eficiente.

En la fase inicial, nos centraremos en la venta directa al cliente. Sin embargo, a medida que la empresa crezca y logre estabilidad en el mercado, consideraremos la apertura de sucursales en ubicaciones estratégicas dentro de la provincia de Valladolid. Además, en el futuro, planeamos expandir nuestro negocio para incluir la venta de maquinaria propia, tanto a través de canales físicos como online, lo que nos permitirá diversificar nuestras fuentes de ingresos y ofrecer un servicio más completo a nuestros clientes.

La cobertura geográfica de nuestros servicios será inicialmente limitada a El Carpio y sus alrededores. A medida que desarrollemos y expandamos nuestros canales de distribución, esta cobertura se ampliará gradualmente. La meta es cubrir una región más amplia de la provincia de Valladolid, asegurando que más clientes puedan beneficiarse de nuestros servicios.

Nuestras estrategias logísticas se centrarán en tres áreas clave: almacenamiento, transporte y entrega de los servicios, y puntos de venta.

En cuanto al almacenamiento, almacenaremos únicamente los consumibles y materiales como hierros y aluminios, asegurando que tengamos suficiente stock para satisfacer la demanda de nuestros servicios sin incurrir en costos innecesarios de almacenamiento.

La entrega de nuestros servicios se realizará principalmente en nuestra nave, donde los clientes podrán recoger sus productos y maquinaria reparada. En casos excepcionales, debido a la distancia, utilizaremos empresas de transporte externas, y el coste de este servicio se incluirá en el precio final.

Los puntos de venta aumentarán a medida que desarrollemos nuestros canales de distribución. Inicialmente, la venta se realizará directamente desde nuestra nave, pero con el crecimiento de la empresa, planeamos establecer sucursales en ubicaciones estratégicas para mejorar el acceso a nuestros servicios.

Nos centraremos en cuatro aspectos esenciales para asegurar una atención y experiencia del cliente de alta calidad: proporcionar información al momento, tanto de forma online como física en nuestra nave, asegurando que los clientes reciban respuestas rápidas y precisas a sus consultas; ser flexibles y estar disponibles para realizar los servicios según las necesidades de los clientes, especialmente durante las épocas de mayor demanda; mantener un stock adecuado de productos y consumibles para evitar demoras y asegurar una rápida entrega; y ofrecer diversas opciones de pago para facilitar las transacciones y mejorar la satisfacción del cliente.

Inicialmente, la cobertura de nuestra distribución será exclusiva para El Carpio y alrededores debido a nuestra capacidad económica y la cuota de mercado prevista. A medida que logremos el crecimiento y la estabilidad en el mercado, también adoptaremos una cobertura selectiva, colocando nuestros productos y servicios en las sucursales que establezcamos en otras ubicaciones estratégicas. Esta estrategia de distribución, enfocada tanto en la presencia física como en la accesibilidad digital, nos permitirá maximizar nuestro alcance y ofrecer un servicio de alta calidad a nuestros clientes, fortaleciendo nuestra posición en el mercado agrícola y ganadero.

6.3.4 COMUNICACIÓN

En primer lugar, dentro de la comunicación online, priorizaremos la creación de un sitio web profesional. Este sitio web servirá como nuestra principal plataforma digital, permitiéndonos dar a conocer nuestros servicios en detalle. A través del sitio, los clientes podrán solicitar presupuestos, agendar citas y recibir soporte técnico. Será una herramienta clave para la interacción inicial con nuestros clientes y para establecer una presencia sólida en el entorno digital.

Además, utilizaremos plataformas de redes sociales como Instagram y Facebook. Estas plataformas nos permitirán aumentar nuestra visibilidad, interactuar con los clientes y promocionar nuestros servicios de manera efectiva. Publicaremos contenido regularmente, incluyendo casos de estudio, testimonios de clientes y actualizaciones sobre nuestros servicios. Esto no solo mantendrá a nuestros seguidores informados, sino que también nos ayudará a construir una comunidad en torno a nuestra marca.

En cuanto a la comunicación offline, nuestra estrategia incluirá varias tácticas efectivas. En primer lugar, realizaremos publicidad en radios locales y regionales, como Radio Medina Cadena SER, Onda Cero y Europa FM Tierras de Medina u Onda Medina. Estas campañas de radio nos permitirán llegar a un amplio público en nuestra área geográfica, promoviendo nuestros servicios de manera directa.

También llevaremos a cabo promociones de ventas, focalizándonos en promociones especiales en eventos y en rappels para clientes habituales. Estas promociones incentivarán a los clientes a elegirnos de manera recurrente y a aprovechar las ofertas especiales que proporcionaremos durante eventos específicos.

El patrocinio deportivo será otra parte integral de nuestra comunicación offline. En El Carpio, contamos con cinco equipos de fútbol sala en distintas categorías a nivel provincial, equipos que han sido campeones durante los últimos años. Patrocinar a estos equipos, que suelen estar en lo más alto, dará buen nombre tanto al pueblo como a nuestra empresa a nivel provincial. Este tipo de patrocinio nos proporcionará una visibilidad positiva y asociará nuestra marca con el éxito y el compromiso con la comunidad.

Además, colaboraremos y participaremos en campeonatos, torneos y carreras locales, tanto en El Carpio como en sus alrededores; como el torneo de futbol sala 24 horas, la marcha ciclista BTT, o el concurso territorial de doma vaquera, realizados en El Carpio. Participar en estos eventos no solo aumentará nuestra visibilidad, sino que también nos permitirá interactuar directamente con la población de la zona y potenciales clientes.

Finalmente, realizaremos colaboraciones y participaciones en eventos agrícolas y ganaderos como la Jornada técnica de la Patata, celebrada en El Carpio; o Palagüinos, celebrado en Palacios de Goda (Ávila) entre otros.

La Jornada de la Patata aborda temas fundamentales del cultivo de patatas como el uso del agua y energía. Este evento reúne a expertos que presentan ponencias sobre distintos temas de actualidad; también se discuten las nuevas normativas medioambientales y se realiza una feria de maquinaria agrícola.

Palagüinos es un evento que reúne a los agricultores de la provincia de Ávila y zonas cercanas en una jornada que combina reivindicación y celebración. Más de 300 tractores participaron en la última marcha para destacar la importancia del sector agrícola. Los agricultores aprovechan para hacer demandas sobre el futuro del campo mientras disfrutaban de un ambiente festivo con distintas actividades, demostrando así la unidad y fuerza del sector.

Estos eventos son cruciales para conectarnos con nuestro mercado objetivo y demostrar nuestra experiencia y compromiso con los sectores agrícola y ganadero.

A través de estas estrategias de comunicación tanto online como offline, nos aseguraremos de establecer una presencia fuerte y reconocida en nuestra comunidad,

atrayendo y reteniendo a nuestros clientes mediante una comunicación efectiva y coherente.

7. PLAN DE VIABILIDAD

El plan de viabilidad es una herramienta fundamental para poder valorar el posible éxito de nuestro negocio en el mercado. En este apartado, desarrollaremos la estructura económica y financiera de nuestra empresa, analizando los planes de inversión y financiación para asegurar una base sólida,

Después, presentaremos las proyecciones y resultados financieros, incluyendo la previsión de ventas, estimación de costes, cuenta de resultados y un balance provisional. Este análisis completo nos va a permitir identificar los recursos necesarios, establecer estrategias y anticiparnos a posibles desafíos para asegurar el crecimiento a largo de plazo de nuestra empresa.

7.1 ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA

7.1.1 PLAN DE INVERSIÓN

Tabla 3: Plan de inversión D&A Metales

CONCEPTO	AÑO 0
ACTIVO NO CORRIENTE	87.448,97 €
INMOVILIZADO MATERIAL	85.025,65 €
Edificios y otras construcciones	62.000 €
Maquinaria	21.000 €
Mobiliario	588,86 €
Equipos informáticos	1.436,79 €
INMOVILIZADO INMATERIAL	2.423,32 €
Patentes, licencias, software...	2.423,32 €
ACTIVO CORRIENTE	4.200 €
Existencias	1.200 €
Tesorería	3.000 €
TOTAL INVERSIÓN	91.648,97 €

Fuente: elaboración propia

El análisis del plan de inversión de nuestra empresa destaca una estructura bien equilibrada entre activos no corrientes y corrientes. Se observa una clara orientación hacia la inversión en activos a largo plazo, lo que refleja nuestro compromiso con el crecimiento sostenido. La mayor parte del capital se destina a infraestructura y maquinaria, fundamentales para nuestras operaciones.

En cuanto a los activos corrientes, mantenemos un enfoque ajustado, con existencias mínimas y una tesorería que garantiza liquidez suficiente para el día a día. La inversión en patentes, licencias y software refuerza nuestra protección y eficiencia operativa.

En general, esta distribución de la inversión muestra una estrategia pensada para impulsar el crecimiento a largo plazo, aunque es crucial asegurarnos de que podamos manejar nuestras obligaciones a corto plazo y mantener un capital de trabajo adecuado para las operaciones diarias.

7.1.2 PLAN DE FINANCIACIÓN

Tabla 4: Plan de financiación D&A Metales

CONCEPTO	AÑO 0
PATRIMONIO NETO	76.800,00 €
Capital social	72.700,00 €
Gastos de constitución	-5.900,00 €
Ayudas y subvenciones	10.000,00 €
PASIVO NO CORRIENTE	14.848,97 €
Deudas l/p con entidades de crédito	14.848,97 €
PASIVO CORRIENTE	-
TOTAL FINANCIACIÓN	91.648,97 €

Fuente: elaboración propia

El análisis del plan de financiación de nuestra empresa muestra una estructura sólida. El capital social es robusto, lo que refleja una buena inversión inicial, y los gastos de constitución están bien equilibrados con las ayudas y subvenciones recibidas por parte de la Junta de Castilla y León. Esto nos da un patrimonio neto positivo, un buen indicador de salud financiera inicial. Las deudas a largo plazo con entidades de crédito son manejables en comparación con nuestro patrimonio neto, lo que indica un endeudamiento controlado. Aunque no hemos proporcionado cifras para el pasivo corriente, creemos que es crucial considerarlo para tener una visión completa de nuestras obligaciones financieras a corto plazo. El total de financiación, sumando patrimonio neto y pasivo no corriente, consideramos que es adecuado para iniciar operaciones, garantizando suficiente capital para cubrir los gastos iniciales sin sobrecargar la empresa con deudas. En resumen, hemos planeado cuidadosamente nuestro financiamiento inicial, manteniendo un equilibrio que nos permitirá crecer y enfrentar desafíos financieros futuros con confianza.

7.2 PROYECCIONES Y RESULTADOS FINANCIEROS

7.2.1 PREVISIÓN DE VENTAS

Analizando la previsión de ventas que ya hemos visto en el apartado “6.3.2 Precio”, podemos destacar varios puntos clave. En la fabricación de maquinaria, mantenemos un precio constante, pero hay variabilidad en las unidades vendidas, debido a la estacionalidad y a una mayor importancia de otros servicios en distintas épocas. Las piezas de repuesto muestran estabilidad en unidades e ingresos, con una ligera caída al final del año. Los sistemas de riego duplican sus ingresos en el segundo trimestre, debido al comienzo de la temporada de siembra. Las estructuras metálicas son menos volátiles, con ventas constantes. La consultoría disminuye progresivamente, debido a una menor demanda. En mantenimiento, aunque variable en unidades, los ingresos son significativos, especialmente en el primer trimestre, indicando contratos no regulares. Las reparaciones crecen tanto en unidades como en ingresos, reflejando tanto una mayor confianza del cliente como las distintas épocas del trabajo en el campo. Los ingresos totales tienden a ser positivos, con un pico en el segundo trimestre, lo que señala una temporada alta. En conjunto, la previsión muestra que tenemos diversas fuentes de ingresos y una capacidad para adaptarnos a las fluctuaciones del mercado.

7.2.2 ESTIMACIÓN DE COSTES

Tabla 5: Estimación de costes D&A Metales

CONCEPTO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
Costes totales	37.946,75 €	46.194,75 €	41.600,75 €	26.131,75 €
Costes fijos	15.493,75 €	15.493,75 €	15.493,75 €	15.493,75 €
Suministros	1.784,21 €	1.784,21 €	1.784,21 €	1.784,21 €
Luz	1.601,46 €	1.601,46 €	1.601,46 €	1.601,46 €
Agua	56,75 €	56,75 €	56,75 €	56,75 €
Teléfono	66,00 €	66,00 €	66,00 €	66,00 €
Internet	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Publicidad	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €
Radio	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
Otros	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €
Gastos de personal	10.184,54 €	10.184,54 €	10.184,54 €	10.184,54 €
Salarios	7.938,00 €	7.938,00 €	7.938,00 €	7.938,00 €
Seguridad Social	2.246,54 €	2.246,54 €	2.246,54 €	2.246,54 €
Seguros	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €
Alarma	275,00 €	275,00 €	275,00 €	275,00 €
Costes variables x servicio	22.453 €	30.701 €	26.107 €	10.638 €
Materiales	19.890 €	28.380 €	23.280 €	9.780 €
Hierro	7.590 €	8.580 €	6.600 €	5.280 €
Aluminio	12.300 €	19.800 €	16.680 €	4.500 €
Consumibles	2.563 €	2.321 €	1.441 €	858 €
Combustible	- €	- €	1.386 €	- €

Fuente: elaboración propia

Analizando la estimación de costes, se observan varios aspectos importantes. Los costes totales se mantienen estables a lo largo del año, con una pequeña variación en el tercer trimestre, lo que refleja una buena previsión y control. Los costes fijos representan la mayor parte y son consistentes, facilitando la planificación financiera. Los suministros (luz, agua, teléfono e internet) no presentan fluctuaciones, y la inversión en publicidad es constante. Los gastos de personal, incluyendo salarios y seguridad social, son significativos y estables, cruciales para la sostenibilidad financiera. Los costes variables por servicio son mínimos y solo varían en el tercer trimestre debido al gasto en combustible, por el servicio de reparaciones en la época de campaña.

7.2.3 CUENTA DE RESULTADOS

Tabla 6: Cuenta de resultados D&A Metales

CONCEPTO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
Ingresos por ventas	80.500 €	83.750 €	54.500 €	30.000 €
Costes de las ventas	37.946,75 €	46.194,75 €	41.600,75 €	26.131,75 €
Costes fijos	15.493,75 €	15.493,75 €	15.493,75 €	15.493,75 €
Suministros	1.784,21 €	1.784,21 €	1.784,21 €	1.784,21 €
Luz	1.601,46 €	1.601,46 €	1.601,46 €	1.601,46 €
Agua	56,75 €	56,75 €	56,75 €	56,75 €
Teléfono	66 €	66 €	66 €	66 €
Internet	60 €	60 €	60 €	60 €
Publicidad	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €
Radio	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Otros	500 €	500 €	500 €	500 €
Gastos de personal	10.184,54 €	10.184,54 €	10.184,54 €	10.184,54 €
Salarios	7.938 €	7.938 €	7.938 €	7.938 €
Seguridad Social	2.246,54 €	2.246,54 €	2.246,54 €	2.246,54 €
Seguros	750 €	750 €	750 €	750 €
Alarma	275 €	275 €	275 €	275 €
Costes variables	22.453 €	30.701 €	26.107 €	10.638 €
Materiales	19.890 €	28.380 €	23.280 €	9.780 €
Hierro	7.590 €	8.580 €	6.600 €	5.280 €
Aluminio	12.300 €	19.800 €	16.680 €	4.500 €
Consumibles	2.563 €	2.321 €	1.441 €	858 €
Combustible	- €	- €	1.386 €	- €
Margen de explotación	42.553,25 €	37.555,25 €	12.899,25 €	3.868,25 €
Imputación a la subvención	250 €	250 €	250 €	250 €
Amortizaciones técnicas	525 €	525 €	525 €	525 €
Resultado de explotación	41.778,25 €	36.780,25 €	12.124,25 €	3.093,25 €
Gastos financieros (Intereses préstamo)	1.289,61 €	1.289,61 €	1.289,61 €	1.289,61 €
Resultado antes de impuestos (BAIT)	43.067,86 €	38.069,86 €	13.413,86 €	4.382,86 €
Impuesto sobre beneficios (25%)	10.766,97 €	9.517,47 €	3.353,47 €	1.095,72 €
Beneficio neto	32.300,90 €	28.552,40 €	10.060,40 €	3.287,15 €

Fuente: elaboración propia

Al analizar la cuenta de resultados de nuestra empresa, se observan varios puntos importantes. Los ingresos por ventas muestran una disminución a lo largo del año, pasando de 80.500 € en el primer trimestre a 30.000 € en el último, esto se debe a la estacionalidad en la demanda. Los costes de ventas también disminuyen, aunque en menor medida que los ingresos, lo que impacta negativamente en nuestra rentabilidad.

Los costes fijos se mantienen constantes en 15.493,75 € cada trimestre, lo que es positivo para nuestra planificación financiera. Los gastos en suministros y personal son consistentes en los cuatro trimestres, reflejando una buena gestión en estos costes. Los costes variables presentan una variabilidad acorde con los ingresos por ventas, esto muestra que los costes están directamente ligados a la producción y las ventas.

El margen de explotación y el resultado de explotación disminuyen significativamente a lo largo del año, reflejando la caída en los ingresos y su impacto en la rentabilidad. Los gastos financieros se mantienen constantes, lo que sugiere una gran estabilidad en las condiciones de financiamiento. El beneficio neto suma 74.200,85 €, lo cual es positivo, pero la tendencia decreciente en los ingresos y el margen de explotación indica que podríamos necesitar revisar nuestra estrategia de ventas o costes para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

8. CONCLUSIONES

Tras haber terminado nuestro proyecto, hemos conseguido comprender varios aspectos que serán cruciales para el éxito de D&A Metales. A lo largo del desarrollo del proyecto hemos visto la importancia tanto del mundo rural como la agricultura y ganadería tanto para esta zona como para el mundo en general; identificando así oportunidades de mercado y destacando la necesidad de una serie de servicios especializados. Destacamos también la necesidad de realizar prácticas sostenibles y participar con la comunidad, para que esta empresa forme parte de la sociedad y transmita valores como el deporte, el medio ambiente o la innovación. También hemos valorado la importancia de no caer en la estacionalidad de la demanda y la importancia de ofrecer servicios que contribuyan económica y socialmente a nuestro pueblo y a la zona.

A continuación, destacamos las conclusiones más importantes que hemos sacado a lo largo de este proyecto.

PRIMERA: La importancia del mundo rural, la agricultura y la ganadería.

D&A Metales nace y se enmarca en un contexto rural en el que la agricultura y ganadería son los pilares fundamentales de El Carpio y su comarca. Valoramos la importancia de estos sectores y por ello nos comprometemos a colaborar en su desarrollo a través de soluciones innovadoras y de calidad. La proximidad con nuestros clientes y la comprensión de sus necesidades, nos permiten ofrecer servicios que puedan marcar la diferencia en los trabajos diarios.

SEGUNDA: Oportunidad de mercado.

Tras realizar el análisis de mercado de El Carpio y sus alrededores, identificamos una gran oportunidad para introducir en la zona una serie de servicios especializados en la fabricación y reparación de maquinaria o distinto equipamiento agrícola y ganadero. La escasez de proveedores locales dedicados a la soldadura de aluminio y otros servicios innovadores representa una oportunidad para posicionarnos como la empresa líder en este nicho de mercado.

TERCERA: Importancia de la sostenibilidad y la participación comunitaria.

La sostenibilidad y la participación activa con la comunidad son dos de nuestros principales valores. Estamos comprometidos con realizar prácticas que minimicen el impacto ambiental mediante materiales reciclados o la reducción de residuos. Además nuestra colaboración en eventos y con otras empresas de El Carpio, nos permitirá ser vistos como un aliado fiable y comprometido con el pueblo.

CUARTA: Importancia de la definición de estrategias.

Creemos que para crecer es imprescindible seguir una serie de estrategias, respetando el timing y crecimiento de la empresa; para poder crear una base de clientes y de alianzas sólidas que nos permita establecer una presencia firme en el mercado. También entendemos que es crucial adaptarnos a las tendencias y necesidades del mercado, manteniendo siempre unos estándares de calidad y excelencia en nuestros servicios; todo esto sin perder nuestro principal activo que es la comunicación con el cliente. Esto nos permitirá fortalecer nuestra posición y construir relaciones a largo plazo basados en la confianza y la satisfacción del cliente.

QUINTA: Importancia de no caer en la estacionalidad.

Un factor esencial a tener en cuenta a la hora de planificar nuestras operaciones y producción, es el hecho de no caer en la estacionalidad de la demanda. Teniendo en cuenta que parte del primer trimestre, el segundo y tercero; son dedicados en su totalidad a la preparación y recolección de las tierras. Por lo que el cuarto trimestre de cada año suele ser un momento de descanso para los agricultores, que por norma general dejan de lado el trabajo durante esos meses. Sabiendo esto, deberemos plantear a corto o medio plazo una serie de estrategias para mitigar la posible falta de trabajo.

SEXTA: Contribuir económica y socialmente al pueblo.

Más allá del beneficio económico, desde D&A Metales buscamos generar un impacto positivo en la comunidad de El Carpio; creando empleo, impulsar el desarrollo económico y apoyando iniciativas sociales y culturales. Esto supone un pilar fundamental para nosotros, ya que además de fortalecer nuestra relación con la comunidad; también contribuiremos al bienestar y al progreso de nuestro pueblo y su región.

SÉPTIMA: Viabilidad del proyecto

Tras realizar el proyecto y haber analizado todos los aspectos que hemos mencionado anteriormente, creemos que D&A Metales es viable. La identificación de oportunidades y realización de estrategias bien definidas y coherentes nos dan una base sólida para poder crecer. La importancia que hemos prestado a la sostenibilidad y a la participación comunitaria, nos aseguran que nuestras operaciones serán bien recibidas y apoyadas por la comunidad.

También, nuestra capacidad para adaptarnos a la estacionalidad de la demanda y de poder diversificar nuestros servicios nos asegura mantener una actividad constante a lo largo del año. Las alianzas con otras empresas y la fidelización de nuestros clientes nos permitirán crear una fuente de ingresos estable. La inversión en tecnología y formación continua nos permitirán ofrecer un servicio competitivo y de alta calidad.

En resumen, los valores y pilares sobre los que está creado D&A Metales nos permiten afirmar con confianza que además de ser viable, este proyecto está bien posicionado para tener un gran éxito y un impacto positivo en y para El Carpio.

9. BIBLIOGRAFÍA

Alonso, M. (2023, noviembre 18). Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas. Recuperado 9 de mayo de 2024, de Asana website: <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>

Botín, R. (2024, mayo 16). Qué son los objetivos SMART: utilidad, ventaja y ejemplos. Recuperado 28 de mayo de 2024, de Doofinder website: <https://www.doofinder.com/es/blog/objetivos-smart>

Carpio 47470, Valladolid. (n.d.). Recuperado de Google Maps website: https://www.google.es/maps/place/47470+Carpio,+Valladolid/@41.2253884,-5.2693796,11z/data=!4m6!3m5!1s0xd38abac05545cef:0x43b64f00383836b!8m2!3d41.2132233!4d-5.1085002!16s%2Fg%2F11_r9_vm1?hl=es&entry=ttu

Comercial ULSA - Suministros Industriales Valladolid. (2020, agosto 19). Recuperado 14 de mayo de 2024, de Comercial ULSA website: <https://ulsa.es/>

Cómo hacer un análisis de las 5 fuerzas de Porter. (2023, mayo 22). Recuperado 9 de mayo de 2024, de Modelo Canvas website: <https://modelocanvas.pro/como-hacer-un-analisis-de-las-5-fuerzas-de-porter/>

de Castilla y León, J. (s. f.). Ayudas al emprendimiento. Recuperado 30 de abril de 2024, de Jcyl.es website: <https://juventud.jcyl.es/web/es/empleo/ayudas-emprendimiento.html>

de Empleo Estatal, S. P. (s. f.). Incentivos y ayudas Emprendedores y Autónomos. Recuperado 30 de abril de 2024, de Servicio Público de Empleo Estatal website: <https://www.sepe.es/HomeSepe/autonomos/incentivos-ayudas-emprendedores-autonomos>

De marzo de, M. 12. (s. f.). Director General de Economía y Estadística. Recuperado 3 de mayo de 2024, de Bde.es website: <https://www.bde.es/f/webbe/GAP/Secciones/SalaPrensa/IntervencionesPublicas/DirectoresGenerales/economia/Arc/IIPP-2024-03-12-gavilan-es-or.pdf>

de Miguel, C. (2024, febrero 24). VÍDEO. Recuperado 2 de junio de 2024, de Avilared.com website: <https://avilared.com/art/74933/mas-de-300-tractores-reivindican-en-palagueinos-el-futuro-del-campo-en-tono-festivo>

Deuda pública de España 2023. (s. f.). Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/deuda/espana>

El Gobierno ratifica el compromiso de bajar el déficit al 3% del PIB este año y confirma las buenas previsiones económicas para 2024 y 2025. (s. f.). Recuperado 3 de mayo de 2024, de Gob.es website: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/economia-comercio-empresa/Paginas/2024/300424-previsiones-macro-fiscales-2024-2025.aspx>

El porcentaje de adultos con estudios postobligatorios sube 10 puntos en una década, hasta el 62,9%. (s. f.). Recuperado 4 de mayo de 2024, de Gob.es website: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/educacion/Paginas/2021/160921-panorama_educacion_ocde_2021.aspx

España - Tasa de alfabetización. (2023, julio 19). Recuperado 4 de mayo de 2024, de Datosmacro.com website: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/tasa-alfabetizacion/espana>

España en el mundo 2023: perspectivas y desafíos económicos y tecnológicos. (s. f.). Recuperado 8 de mayo de 2024, de Real Instituto Elcano website: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/espana-en-el-mundo-2023-perspectivas-y-desafios-economicos-y-tecnologicos/>

España - Gasto público 2023. (s. f.). Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/espana>

Facebook. (s. f.). Recuperado 2 de junio de 2024, de Facebook.com website: <https://www.facebook.com/share/p/GV8BMfvLU7dwdh2p/>

García, P. (2019, mayo 16). Suministro industrial en Valladolid - Comercial el Accesorio. Recuperado 14 de mayo de 2024, de Comercialelaccessorio.es website: <https://www.comercialelaccessorio.es/>

ICO Empresas y Emprendedores. (s. f.). Recuperado 3 de mayo de 2024, de Ico.es website: <https://www.ico.es/ico-empresas-y-emprendedores>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). Pirámide de la población empadronada en España. Recuperado de https://www.ine.es/covid/piramides.htm#_munTab

Jast, M. S. (2024, junio 4). Análisis PESTEL de España – Países (2024). Recuperado 8 de mayo de 2024, de Custommapposter website: <https://burfon.com/article/analisis-pestel-de-espana-paises>

Magrican Aperos Y Repuestos S.I. (s. f.). Recuperado 22 de mayo de 2024, de Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España website: <https://guiaempresas.universia.es/MAGRICAN-APEROS-REPUESTOS.html>

Ortega, R. (2024, enero 24). La XII Jornada de la Patata analiza las claves en fertilización, sanidad, agua y energía. Recuperado 2 de junio de 2024, de Revista Campo website: <https://www.revistacampo.es/patata/la-xii-jornada-de-la-patata-analiza-las-claves-en-fertilizacion-sanidad-agua-y-energia/>

Pastor Pocero Ernesto. (s. f.). Recuperado 22 de mayo de 2024, de Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España website: <https://guiaempresas.universia.es/PASTOR-POCERO-ERNESTO.html>

PIB de España - Producto Interior Bruto 2024. (s. f.). Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2024>

Población residente por fecha, sexo y edad. (s. f.). Recuperado 4 de mayo de 2024, de INE website: <https://ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=59583>

Productos y Servicios / Publicaciones / Publicaciones de descarga gratuita. (s. f.). Recuperado 4 de mayo de 2024, de Ine.es website: https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259926380048&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios/PYSLayout

¿Qué características tiene una sociedad limitada? (2022, abril 5). Recuperado 24 de abril de 2024, de Gestoría Tomás website: <https://www.gestoriapalmademallorca.com/que-caracteristicas-tiene-una-sociedad-limitada/>

Redirect notice. (s. f.). Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://crea.ujae.n.es/bitstream/10953.1/6883/1/TFG._IDEA_DE_UN_PLAN_DE_NEGOCIO._NATALIA_C_UEVAS_MARTNEZ.pdf

Rentero, A. (2023, octubre 27). Perspectivas de crecimiento para el sector tecnológico español en 2024. Recuperado 8 de mayo de 2024, de Silicon website: <https://www.silicon.es/perspectivas-de-crecimiento-para-el-sector-tecnologico-espanol-en-2024-2489824>

Rodríguez, N. C. (2023, abril 24). Ayudas para jóvenes emprendedores 2024. Recuperado 30 de abril de 2024, de LasAyudas website: <https://lasayudas.com/empleo/ayudas-para-jovenes-emprendedores/>

Sanz Gómez Basilio. (s. f.). Recuperado 22 de mayo de 2024, de Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España website: <https://guiaempresas.universia.es/SANZ-GOMEZ-BASILIO.html>

Shanghai Ranking's Academic Ranking of World Universities. (s. f.). Recuperado de <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2022>

Sociedad Limitada: características y ventajas. (2012, octubre 1). Recuperado 24 de abril de 2024, de Infoautonomos website: <https://www.infoautonomos.com/tipos-de-sociedades/sociedad-limitada-caracteristicas-ventajas/>

Tasa Bruta de Natalidad por año. (s. f.). Recuperado 4 de mayo de 2024, de INE website: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=36739>

Tienda - Suministros Industriales Comercial ADA. (2022, abril 12). Recuperado 14 de mayo de 2024, de Suministros Industriales Comercial ADA - Suministros industriales para empresas y particulares website: <https://comercialada.es/>

Tienda Würth España. (s. f.). Recuperado 14 de mayo de 2024, de Wurth.es website: <https://www.wurth.es/>

Toribio Sánchez Del Brío E Hijos C.b. (s. f.). Recuperado 22 de mayo de 2024, de Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España website: <https://guiaempresas.universia.es/TORIBIO-SANCHEZ-BRIO-HIJOS.html>

VALLISOLETANA DE SOLDADURA SLL. (s. f.). Recuperado 14 de mayo de 2024, de [Vallisoletanadesoldadura.com](http://www.vallisoletanadesoldadura.com) website: <http://www.vallisoletanadesoldadura.com/>

Venta de suministros industriales. (2022, septiembre 16). Recuperado 14 de mayo de 2024, de Mundo Industria website: <https://www.mundoindustria.com/>

Vive. (2023, febrero 15). ¿Qué es y para qué sirve el análisis PESTEL de una empresa? Recuperado 29 de abril de 2024, de UNIR website: <https://www.unir.net/empresa/revista/analisis-pestel/>

(S. f.-b). Recuperado 8 de mayo de 2024, de <http://https://www.channelpartner.es/whitepapers/el-sector-tecnologico-en-2024> principales-tendencias/