



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis de un proyecto empresarial/ Estudio e implementación de las Bodas "Low-Cost".

Autor

Javier Sallán Monfort

Director

María Pilar Pellejero Castillo

Economía y Empresa / Finanzas y Contabilidad

2019

Autor del trabajo: Javier Sallán Monfort

Directora del trabajo: M^a Pilar Pellejero Castillo

Título del trabajo: Análisis de un proyecto empresarial / Analysis of a business project.

Resumen del trabajo:

La finalidad de éste plan de empresa consiste en realizar un análisis exhaustivo de un nuevo modelo de negocio que hasta la fecha no ha llegado a ser implantado. El objetivo del estudio consiste en analizar desde una perspectiva económica, estratégica, legal y financiera, el impacto de una idea empresarial y su posterior viabilidad para su puesta en funcionamiento. El modelo de negocio a desarrollar posee características singulares con respecto a las de la competencia, entre los cuales diferenciaremos el precio de los eventos, la capacidad de decisión de los clientes a la hora de contratar unos servicios u otros, o la inexistencia de banquete. Todas estas variables, serán estudiadas, comentadas, justificadas y cuantificadas para que al final del proyecto, testemos si sería un modelo rentable y mereciera, en última instancia, implantar éste modelo de negocio.

Resume of the project:

The purpose of this business plan is to carry out an exhaustive analysis of a new business model that has not yet been implemented. The objective of the study is to analyze, from an economic, strategic, legal and financial perspective, the impact of a business idea and its subsequent viability for its implementation. The business model to develop has unique characteristics with respect to those of the competition, among which we will differentiate the price of events, the ability of customers to decide when hiring certain services or others, or the absence of a banquet. All these variables will be studied, commented, justified and quantified so that at the end of the project, we will test whether it would be a profitable model and ultimately deserve to implement this business model.

ÍNDICE

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN.....	6
1. Justificación y objetivos del trabajo	6
CAPÍTULO II – ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	6
1. Entorno General. Análisis PEST.....	6
a) Factores político-legales:	6
b) Factores económicos	7
c) Factores socio-culturales	7
d) Factores tecnológicos	8
2. Entorno específico.....	9
a) Datos del sector.....	9
b) Competidores	10
c) Clientes	10
d) Proveedores.....	11
3. Fuerzas de Porter.....	14
a) Poder de negociación con los clientes	14
b) Poder de negociación con los proveedores.....	15
c) Barreras de entrada.....	15
d) Barreras de salida (productos sustitutivos)	16
e) Rivalidad entre competidores	16
4. Análisis DAFO.....	17
CAPÍTULO III – ESTUDIO LEGAL.....	18
1. Análisis de la forma jurídica elegida.....	18
2. Trámites administrativos.	19
CAPÍTULO IV – PLAN DE MARKETING	21
1. Difusión y comercialización	21
2. Marketing Mix	21
a) Precio.....	21
b) Producto.....	22
c) Distribución	22
d) Promoción.....	22
CAPÍTULO V – ANÁLISIS ECONÓMICO	23
1. Estudio técnico de la inversión inicial.....	23
2. Horizonte temporal de estudio	23
3. Plan de financiación	23

4. Plan de ventas	24
5. Plan de Recursos Humanos.....	26
6. Plan de explotación	28
a) Salarios	28
b) Amortizaciones	29
c) Arrendamientos.....	30
d) Suministros	30
e) Aprovisionamientos.....	30
f) Seguros.....	31
g) Renting.....	31
h) Préstamo	31
7. Presentación del resultado contable después de impuestos.	32
CAPÍTULO VI – ANÁLISIS DE VIABILIDAD	33
1. Caso inicial (financiación ajena).....	33
2. Caso inicial (financiación propia)	34
3. Escenario primero (financiación ajena).....	35
4. Escenario primero (financiación propia)	36
5. Escenario segundo (financiación ajena)	37
6. Escenario segundo (financiación propia).	38
CAPÍTULO VII – CONCLUSIONES.....	40
CAPÍTULO VIII – BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFÍA	42
1. Bibliografía	42
2. Webgrafía	42
CAPÍTULO IX – ANEXOS.....	43

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

1. Justificación y objetivos del trabajo

El objeto del presente trabajo, consiste en identificar, definir y argumentar aquellas alternativas elegidas para la puesta en marcha de un nuevo modelo de negocio orientado a la oferta de servicios nupciales. Adicionalmente, una vez elegidas las características de la firma, nos dispondremos a cuantificar de la forma más realista posible, los datos con los que realizaremos las observaciones, las cuales nos ayudarán a comprender e interpretar de manera más intuitiva, la viabilidad de éste proyecto, y si verdaderamente es una oportunidad empresarial para su puesta en funcionamiento y posterior avance del mismo.

CAPÍTULO II – ANÁLISIS DEL ENTORNO

1. Entorno General. Análisis PEST

Este análisis, a diferencia del entorno general, trata el estudio de las variables macroeconómicas, y a raíz de determinados acontecimientos políticos, económicos o tecnológicos, tomar determinadas decisiones para que nuestra planificación estratégica sea lo más minuciosa posible.

a) Factores político-legales:

Nos encontramos dentro de España aquel perfil político denominado monárquico-constitucional, dentro del subgrupo comúnmente conocido como democracia parlamentaria. Ejecutivo, legislativo y judicial son los tres órganos estatales encargados del cumplimiento y la salvaguardia de las leyes entre otras funciones desempeñadas por estos organismos. En Aragón, localización donde desarrollaremos nuestra actividad, el Gobierno de Aragón y las Cortes se corresponden a los poderes ejecutivos y legislativos respectivamente, mientras el Tribunal Superior de Justicia se encarga del poder judicial. Una vez definido el entorno, pasamos a concretar aquellas ayudas o subvenciones reconocidas por alguno de estos tres organismos, que nos ayudarán económicamente al desarrollo del negocio. Por nuestra forma jurídica de SL, únicamente podremos acceder a dos subvenciones, “Subvenciones para el fomento de contratación indefinida” y “Subvención de contratos en prácticas celebrados con titulados universitarios”. Ver anexo 2.1.a.

b) Factores económicos

Durante los últimos años a partir de 2007, España ha tenido grandes dificultades para salir de la burbuja financiera y mobiliaria provocada por las famosas hipotecas subprime. No obstante, a partir del 2012 hemos experimentado un crecimiento más que notable en la zona Euro, progresando a niveles superiores que la media de la Eurozona y situándonos como el país líder en crecimiento en términos de PIB. Pese a la parálisis política que se ha instalado en España, esto no impide que la economía siga avanzando (incluso más de lo previsto), confirmando dicha afirmación el pasado 10 de Julio por Bruselas, elevando la previsión de crecimiento en 2 puntos básicos, pasando del 2,1 al 2,3%.

En referencia a la inflación, nos encontramos en niveles próximos a nuestros vecinos europeos donde dicho indicador está bastante estabilizado dentro de la recomendación del 2% a medio-largo plazo por la UE, por lo que estimamos que las previsiones futuras a corto plazo se mantendrán estables a este porcentaje. No obstante, según datos del INE, en 2019 la variación anual de los precios del pescado y mariscos disminuyen; por otra parte, en conjunto agregado de los precios en alimentos y bebidas no alcohólicas aumenta su variación anual cinco décimas, situándose en el 1,4% (debido al incremento de precios de las legumbres y hortalizas). (*Ver Anexo I*).

No obstante, la renta de los hogares en Aragón sigue estancada, con una cuantía media de 28.886€ en el año 2018, dato que se prevé en un futuro disminuya según las previsiones. Este caso en particular permitirá que nuestro negocio se provea de una serie de clientes que por su capacidad adquisitiva o su nivel de renta no puedan permitirse una boda clásica, debido a que su coste medio ronda los 18.000€. Esto nos dará múltiples vías de confección a la hora de ofertar nuestros servicios, debido a que el precio que ofertamos por evento nupcial, no es excesivamente elevado, situación que el momento actual, se verá notablemente valorada por nuestros clientes.

c) Factores socio-culturales

No cabe duda alguna acerca de la inestabilidad del mercado de trabajo en España desde la última crisis, que dejaron la friolera de 6.270.000 de parados registrados según la EPA en marzo de 2013. Estos datos son alarmantes para el devenir económico del sector laboral en España, cuya situación viene agravada por otros datos macroeconómicos como

son la baja tasa de natalidad, el aumento del número de cotizantes perceptores de jubilación y el aumento del número de contratos temporales celebrados en España.

Según los datos de la Seguridad Social a los que ha tenido acceso Efe, al cierre de junio en España había 19,64 millones de cotizantes ocupados en 2019, (con un aumento en la previsión para el 2020 de apenas el 0,7%) y 8,7 millones de pensionistas, lo que sitúa la ratio de dependencia casi en el 2,2, un porcentaje inferior a lo recomendado según los expertos.

Sin embargo, los datos actuales nos arrojan previsiones de crecimiento para los próximos años, no obstante, factores como la renta por comunidades autónomas sigue en niveles inferiores que a los de antes de la crisis, por lo que ahora nos encontramos en una etapa de recuperación en términos de capacidad adquisitiva.

Cabe destacar que el número de matrimonios celebrados a nivel nacional cada año en España, experimenta una breve desaceleración desde la crisis de 2008, dónde cada vez son menos las parejas que deciden conmemorar su enlace mediante la ceremonia católica, abriéndose paso por tanto, los eventos celebrados ante la administración pública como son los civiles.

d) Factores tecnológicos

Nos situamos en la actualidad en un entorno tecnológico que continuamente va desarrollándose vertiginosamente y es por ello que las empresas tienen que adaptarse a este clima tan cambiante de la mejor manera posible. Introduciremos la figura por tanto del i+D+i. Comúnmente, la mentalidad de reinvertir los beneficios en investigación y desarrollo sólo se manifestaba en las últimas décadas por empresas grandes y consolidadas en su sector; es decir, grandes compañías; no obstante, ésta perspectiva ha ido erosionándose con el paso del tiempo y con pasos no muy agigantados por las pequeñas y medianas empresas, que han tenido la obligación de adaptarse a este clima tecnológico para evitar cerrar la persiana o ver encoger su cuenta de resultados. Por desconocimiento o dificultad, las empresas solo reciben una tercera parte de los descuentos a los que tienen derecho, donde sólo 9.600 compañías (de entre más de un millón en España) realizaron investigación alguna en I+D en 2013, de las cuales 24% de dichas compañías consiguieron aplicar deducciones en el IS.

Un dato relevante en referencia a los factores tecnológicos en España, afirma que aquellas sociedades que emplean un mayor número de recursos en I+D+i, tienen mayor probabilidad de que sus exportaciones incrementen, cuya explicación quizás también explique el tamaño de las mismas. (*Ver Anexo II*).

Como conclusión, las PYMES dedican muy pocos o ningún recurso al I+D+i, lo que les frena a la hora de abarcar un mayor número de clientes en el extranjero, mientras que las empresas más grandes se caracterizan por un gasto extremadamente superior que las pequeñas empresas en el mismo ámbito, lo que les hace englobar un mayor número de clientes y mejorar, por última instancia sus beneficios.

2. Entorno específico

El entorno específico se caracteriza por poseer cuatro variables ciertamente diferenciadas con la finalidad de analizarlas y ver el impacto que nos produce tanto a nosotros como a nuestros competidores. Las siguientes variables se verán explicadas a continuación.

a) Datos del sector

Según el INE, el sector de la restauración en España abrió más de 1.300 establecimientos durante 2017 y el 1T2018. Actualmente, la hostelería en España está sufriendo una etapa total de transformación orientando la oferta culinaria hacia la cocina internacional que deberá ir evolucionando conforme las necesidades y gustos de los consumidores. En el sector de bodas y eventos, según el INE, indican que el 78% de los matrimonios celebrados en nuestro país se celebran entre los meses de abril hasta octubre, con especial incidencia en los meses de julio y septiembre. Aragón no se caracteriza por la alteración de estos indicadores. (*Ver Anexo III*).

Un dato curioso en referencia a las bodas, son los regalos ofrecidos a los novios, dónde según el portal de listas de bodas online “Zankyou”, los españoles somos los más generosos con este tipo de obsequios, ascendiendo a la media de 267€ por invitado, donde en la mayoría de los casos, los novios “hacen negocio” con su enlace.

El negocio de las bodas está en un auge indudable, facturando en España la inconcebible cantidad de 6.000 millones de euros únicamente en este sector. Desde 2008 nos encontramos en una tesitura cambiante y acomodada para la generación “millennial”, que deja atrás la ceremonia de la iglesia, el banquete y el protocolo anticuado, para dar paso

a eventos más individualizados y creativos en contraposición a los que estábamos acostumbrados.

b) Competidores

Como hemos comentado en apartados anteriores, las tendencias en el sector nupcial se encuentran en un cambio constante, caracterizado éste por la nueva distribución del lugar de celebración del mismo (entre otros factores), dónde son las fincas, palacios y castillos los que entran de lleno y con mucha fuerza en el sector. Como resulta evidente, este tipo de servicios pueden llevarse a cabo en cualquier tipo de hotel, restaurante o masía adaptada, no obstante, la evolución del gusto de los consumidores varía, optando nuestro negocio por aquellos espacios rurales dotados de un encanto singular y armonía interior que rara vez “pasa de moda”.

Actualmente en Zaragoza se encuentran alrededor de 25 empresas dedicadas a la organización de eventos. A continuación expondremos algunos de los parajes de nuestra competencia en un rango de distancia determinado (siempre respecto a la capital aragonesa), cuyo límite distara de ésta en 30 km. (*Ver Anexo IV*).

Para conocer con exactitud al número potencial de competidores a los que nos enfrentamos, excluirémos aquellas fincas, hoteles o masías, que por su ubicación geográfica difieran en más de 30km Zaragoza y que, por tanto, no estarán contempladas en el anexo anterior.

Una vez definidos nuestros principales competidores, trabajaremos bajo la premisa de que todos los matrimonios celebrados en la provincia de Zaragoza llevan consigo celebración nupcial, de manera que para los 3.273 matrimonios celebrados en 2018 en dicha capital de provincia, para nuestra presunta demanda de 116 bodas, abarcaríamos una cuota de mercado del 3,5%, suposición que consideramos lo suficientemente realista.

c) Clientes

Pese a que el crecimiento del número clientes potenciales en este negocio haya decaído un 1,25% entre 2016 y 2017, no cabe duda de que existe cierta estabilidad en este tipo de eventos. El cliente promedio en Aragón ronda la edad de los 36 años en ambos sexos, edad que ha aumentado desde 2010 (donde la edad promedio se situaba en los 30 años). Nuestro servicio por tanto tiene que ir orientado hacia éste cliente joven, ofertándole una

amplia variedad de alternativas acorde con los tiempos actuales, y dejar por tanto de lado aquellos aspectos de antaño a los que estaban acostumbrados.

El mes más valorado por los usuarios a la hora de casarse suelen ser julio y septiembre, que, tanto a nivel nacional como provincial, cumple dicha tendencia.

d) Proveedores

A continuación, vamos a analizar diferentes tipos de proveedores de los que se proveerá nuestra empresa, así como los productos de los que deberemos abastecernos.

- *Oferta culinaria:* Contrataremos a un mayorista que nos proporcione los alimentos a servir en la boda o el evento. Únicamente nuestra función será la de trasladarla con anterioridad al centro de trabajo para su elaboración y posterior transporte el día del acontecimiento, adaptando cada producto a las necesidades del evento, cómo pueden ser los hornos (requeridos para aclimatar la temperatura del género) o los frigoríficos (necesarios éstos para la adecuación de los entrantes fríos o las bebidas no alcohólicas). Esto nos permitirá carecer de stock de aprovisionamiento, pues las compras de los víveres se realizarán en función del evento y sus características, lo que nos permitirá reducir costes como los de almacenaje o de adecuación del género.

- *Bebidas con/sin alcohol:* Seguiremos la misma estrategia llevada a cabo en el anexo anterior, contratando un mayorista que nos suministre de manera eficiente los productos, nos proporcione descuentos por volumen, además de otros rappels como puedan ser los de pronto pago para la reducción de costes.

- *Transporte:* Contrataremos a una empresa encargada del transporte para los desplazamientos realizados desde el punto de encuentro establecido con anterioridad con el cliente hasta la finca o masía. En éste apartado incluiremos asimismo aquellos trabajadores que no dispongan de vehículo propio para facilitarles el desplazamiento hasta el centro de trabajo y ofrecerles ciertas ventajas para el desempeño de su actividad. En adición a ello, deberemos alquilar una serie de camiones tanto para el desplazamiento de atrezos a las fincas, como para el transporte de los productos a las mismas, que deberán contar con un sistema de

refrigeración para evitar posibles daños en la calidad de los productos – éste gasto será cuantificado y analizado en el Capítulo 5.6.g.

- *Entretenimiento*: En esta sección contrataremos un proveedor que nos oferte cierta variedad en servicios de entretenimiento. Se pretende incluir un puesto de “photocall” en el que los asistentes podrán inmortalizar el momento con distintas temáticas y atrezos para amenizar la estancia en el complejo. Asimismo, gracias a esta compañía tendremos la posibilidad de contratar un servicio de ludoteca para los más pequeños pensando en el disfrute tanto de éstos como de sus mayores, creando un ambiente de entretenimiento agradable y divertido apto para cualquier público.

- *Puesto musical*: Necesitaremos contar con un grupo de música encargado de deleitar sensorialmente a nuestros comensales, por lo que contrataremos a una empresa del sector, que también nos proporcionará un encargado de llevar la zona de dj, al mismo tiempo que empieza la barra libre, para culminar como se merece este tipo de eventos.

- *Invitaciones de boda*: Cabe destacar que necesitaremos un proveedor encargado de trasladar las invitaciones de boda a nuestros usuarios. Dicha empresa se encargará del diseño, confección y desarrollo de las invitaciones, que siempre tendrán una temática en función a las necesidades de los usuarios, por lo que deberemos contratar a una empresa con alta flexibilidad en referencia al diseño de dichas invitaciones.

A modo de resumen, en el siguiente cuadro expondremos el precio del coste de venta de los productos en función del pack que los usuarios decidan. Resulta evidente que el coste de una boda con menos servicios sea notablemente inferior que aquella que abarque todos ellos, de manera que serán explicados a continuación teniendo en cuenta los encargos descritos anteriormente.

I. Pack Económico

Tabla 1 – Desglose de costes de nuestros proveedores

	3 puestos		
	PESIMISTA		
	precio	unidad	total
Transporte	500	1	500
Invitaciones boda y cartas del menu	0,4	100	40
Coctail (10 frios + 10 calientes)	1	400	400
Puesto paella	15	15	225
Puesto jamon (incluye jamon + pan con tomate)	240	3	720
Puesto queso(surtido de quesos + pan)	300	1	300
Barra libre	2000	1	2000
Recena(hamburguesas/salchichas)	2,5	300	750
TOTAL			4.935,00 €

Fuente: Elaboración propia

II. Pack Estándar

Tabla 2 - Desglose de costes de nuestros proveedores

	4 puestos +		
	NEUTRO		
	precio	unidad	total
Transporte	500	10	500
Invitaciones boda y cartas del menu	0,4	100	40
Coctail (10 frios + 10 calientes)	1	400	400
Puesto paella	15	15	225
Puesto jamon (incluye jamon + pan con tomate)	240	3	720
Puesto queso(surtido de quesos + pan)	300	1	300
Barra libre	2000	1	2000
Recena(hamburguesas/salchichas)	2,5	300	750
Puesto +1 (pescado)	1.199,00 €	1	1199
Dj + sonido	1500	1	1500
TOTAL			7.634,00 €

Fuente: Elaboración propia

III. Pack Premium

Tabla 3- Desglose de costes de nuestros proveedores

	5 puestos +		
	OPTIMISTA		
	precio	unidad	total
Transporte	500	1	500
Invitaciones boda y cartas del menu	0,4	100	40
Coctail (10 frios + 10 calientes)	1	400	400
Puesto paella	15	15	225
Puesto jamon (incluye jamon + pan con tomate)	240	3	720
Puesto queso(surtido de quesos + pan)	300	1	300
Barra libre	2000	1	2000
Recena(hamburguesas/salchichas)	2,5	300	750
Puesto +1 (pescado)	1199	1	1199
Dj + sonido	1500	1	1500
Puesto +2 (carne)	1300	1	1300
Fotocall tematico + fotografo	700	1	700
Musico	1800	1	1800
TOTAL			11.434,00 €

Fuente: Elaboración propia

3. Fuerzas de Porter

Constituye un modelo de gestión empresarial desarrollado por Michael Porter, el cual trata de identificar cinco variables (que nos dispondremos a analizar en profundidad a continuación), con el objetivo de maximizar los recursos que obtenemos, compararlos con los de la competencia, y ver aquellas oportunidades y amenazas en la industria para obtener un análisis y una comparación de la situación actual de la competencia.

a) Poder de negociación con los clientes

El alto número de clientes potenciales existente en el sector nos permite que el grado de negociación por parte de éstos sea relativamente bajo en relación al precio del evento, sin embargo, tenemos total flexibilidad a la hora de ofrecer servicios adicionales a los consumidores, adaptándonos por ello a las necesidades requeridas por cada uno de ellos de manera personal e individual. Si finalmente el cliente desea no contratarnos por

cualquiera de las razones, no llevara consigo ningún coste adicional (siempre y cuando exista preaviso en los tres meses antes de la realización del evento), no obstante, si la cancelación se encuentra dentro de estos tres meses anteriores al desarrollo del mismo se perderá la señal, que rondara aproximadamente el 10% del coste total del evento, cubriendo por ello los costes de asesoramiento y mantenimiento de la web.

b) Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación de los proveedores no es excesivamente alto. Llegamos a esta conclusión gracias al gran número de empresas hosteleras que se encuentran actualmente en Aragón, la gran variedad de productos sustitutivos que componen nuestra industria y la adquisición por nuestra parte de aquellos productos en mayor volumen (lo que nos convertirá en un cliente con gran poder de decisión).

c) Barreras de entrada

El hecho de que nuevos inversores decidan optar por inmiscuirse en este negocio no constituye una barrera de entrada muy fuerte, debido a que cualquier persona física puede buscar una serie de socios para desempeñar a cabo la actividad; no obstante, se requiere de una elevada inversión inicial en capital dinerario así como patrimonial, que hará de nuestro negocio más competitivo y arduo de cara a la competencia, dificultándole aún más si cabe, la tarea de establecer precios por debajo a los de nuestra línea de negocio.

En referencia al servicio, ofrecemos una alternativa completamente diferente a la que actualmente oferta el mercado, caracterizándose nuestra firma por la inexistencia del banquete clásico al que estamos acostumbrado (hecho que será sustituido por food tracks/cocktail).

Por último hablaremos del acceso al sector de referencia en materia legal, no existiendo muchas limitaciones de entrada por parte de nuevos competidores, donde los requisitos y normas legales no son lo suficientemente sofisticadas para vetar a nuestros rivales, ya que no se tiene por qué exigir una determinada inversión en capital ni ningún uso refinado de la tecnología para la explotación de los productos.

d) Barreras de salida (productos sustitutivos)

Según Michael Porter, uno de los teóricos más reconocidos en lo que se refiere a modelos de negocio, identificó 4 tipos de barreras de salidas más frecuente en los mercados que son los siguientes.

- *Barreras de salida personales:* Está relacionado con un carácter más personal y subjetivo derivado en principal medida por todo aquel tiempo y coste inicial que cuesta el inicio de la actividad empresarial. El problema se solucionaría evitando la influencia de factores más subjetivos, y regirnos entonces por aquellos aspectos más cuantitativos y objetivos, para no caer en prejuicios personales (que muchas veces no reflejan de manera fiel la situación en la que nos encontramos).
- *Barreras de salidas económicas:* Al constituirnos como SL, en términos judiciales no deberíamos responder de manera solidaria si la empresa entrara en deudas; no obstante, los finiquitos del personal, el cumplimiento de obligaciones fiscales y crediticias se deberían seguir abonando, lo que conllevaría un gasto muy considerado en caso de fracaso.
- *Barreras de salida del entorno:* Está relacionado con la situación coyuntural de la economía, donde aspectos como una época de recesión, un grado elevado de déficit o una tendencia a la baja de la celebración de este tipo de eventos por parte de los consumidores, serían causas que podrían perjudicarnos en principio; no obstante, el negocio va a ser constituido bajo estas hipótesis, lo que conlleva que si se diera el cierre del negocio por parte de alguna premisa económica debería acentuarse de manera aún más significativa que la actual, por lo que no tenemos una excesiva preocupación en relación a éste apartado.

e) Rivalidad entre competidores

Pese a que el número de empresas en el sector nupcial (donde el desarrollo del evento se lleve a cabo en una finca) sea pequeño, debemos tener en cuenta asimismo aquellas empresas que ofrezcan servicios similares a los nuestros, como puedan ser los hoteles o restaurantes. Intentaremos desmarcarnos de estos negocios mediante los descuentos en precios, las mejoras en nuestros servicios y una alta campaña de publicidad, donde los objetivos finales de estas políticas derivarán en abarcar la mayor cuota de mercado posible. Otros aspectos como las características de nuestros servicios, la gestión pre-boda

y la profesionalidad de la marca son menos propensa a desgastar la rentabilidad, ya que mejora el valor del cliente hacia nuestra firma.

4. Análisis DAFO

Una vez definidos aquellos aspectos externos e internos de los que se caracteriza nuestra firma, nos dispondremos a reflejar de manera gráfica dichos aspectos ayudándonos del análisis DAFO.

El análisis DAFO por tanto constituye una herramienta de estudio estratégico de la firma, definiendo en ella una matriz cuadrada explicando aquellas debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades –cuyas iniciales son las que dan nombre a la matriz citada-.

Para obtener una visión global del mismo, expondremos en el siguiente gráfico todas y cada una de las particularidades, tanto positivas como negativas, desde una perspectiva interna y externa, de nuestra firma en concreto.

Tabla 4 – Matriz análisis DAFO.

DEBILIDADES	AMENAZAS
Escasa inversión.	Demanda estacional
Desconocimiento del entorno (nueva marca).	Crecimiento moderado del sector.
Dificultad de apalancamiento.	Regulaciones salariales (aumento de costes).
Servicio distinto al de la competencia.	Inestabilidad económica, laboral y política.
Costes unitarios elevados.	Competencia muy consolidada.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Importante promoción de la marca.	Gran empleabilidad.
Grandes dimensiones en las instalaciones.	Escasa inversión inicial.
Buena ubicación e instalaciones.	Diversificación de los clientes.
Servicio innovador.	Establecer posibles sinergias con las empresas del sector.
Variedad en la flexibilidad de los servicios.	Utilización de distintos canales para la promoción del servicio.
Calidad-precio inmejorable.	Buena relación con proveedores y agentes de la comarca.
Recursos financieros adecuados.	Impulso del crecimiento en Aragón.

Fuente: Elaboración propia 1

CAPÍTULO III – ESTUDIO LEGAL

1. Análisis de la forma jurídica elegida

En el siguiente apartado discutiremos el porqué de nuestra elección como Sociedad Limitada, y ver las ventajas e inconvenientes que nos ofrece esta forma jurídica con respecto a otras opciones.

La Sociedad Limitada constituye una vertiente societaria que nos obliga a constituirnos con un capital exigido que no puede ser inferior a 3.000 euros, coste al que tendremos que añadir los gastos de constitución de la empresa, que suelen rondar los 600€. Se caracteriza por no existir un número mínimo de socios, que en el caso de nuestra sociedad será de exactamente de dos: el socio 1 (portador de la idea), será el encargado de realizar todas aquellas funciones que requiera el negocio para su correcto desarrollo y funcionamiento; mientras que el socio 2, será el encargado de aportar como capital no dinerario cuatro fincas con un precio de mercado de 3.574.000€.

La SLFS o Sociedad Limitada de Fundación Sucesiva, constituye una forma jurídica que llevo a barajarse, que se asemeja en mayor medida a las SL. Este tipo de sociedad se caracteriza por orientarse hacia aquellos emprendedores que no puedan comenzar el ejercicio de la actividad por no reunir el capital mínimo exigido (3.000 euros), que en el caso de nuestra firma no será así.

La comunidad de bienes tampoco era una opción muy ventajosa para nosotros, ya que, en el caso de la tributación de los beneficios, los impuestos en la SL se limitan al 25% mientras que la comunidad de bienes este porcentaje va variando en función de los beneficios obtenidos; esto quiere decir que tributan por el IRPF, con lo cual facturar a partir de 20.000 euros ya nos sería rentable desde el punto de vista fiscal tributar por el IS en vez de por el IRPF (pues estaría gravado ya al 30%).

Por tanto, como conclusión final resulta evidente la elección de SL para el tipo de actividad que vamos a desarrollar. El hecho de dicha forma jurídica nos permite como nueva empresa tributar al IS al 15% durante los dos primeros años, no obstante, deberemos afrontar un mayor número de gastos como son los notariales, los relacionados con los registros y aquellos vinculados con la asesoría, que suelen ser ligeramente superior a los cobrados si eligiéramos alguna de las formas jurídicas discutidas anteriormente.

Por último, nuestra sociedad contará con un administrador único (que seremos nosotros mismos), incurriendo en una responsabilidad solidaria en el caso de que la sociedad haya incurrido en impagos, siempre y cuando esta situación haya sido generada por acción u omisión del propio administrador. Cabe destacar que si la sociedad no está al corriente de pago de sus tributos con la Agencia Tributaria o si existiera impago en las cotizaciones sociales y recargos (entre otros asuntos), deberíamos responder como administradores solidarios con todos nuestros bienes presentes y futuros condicionados al capital mínimo aportado.

2. Trámites administrativos.

A continuación, expondremos una serie de puntos a seguir para el registro de la nueva Sociedad Limitada.

- Nombre sociedad en RM
- Solicitar el certificado negativo de denominación social: Este documento acredita que no existe una sociedad con el mismo nombre que la nuestra. Dicho trámite deberemos volverlo a renovar al cabo de tres meses ante notario.
- Abrir cuenta bancaria a la SL, realizando el depósito de los 3.000 euros que nos exigen de capital mínimo.
- Redacción de los estatutos: Constituyen aquellas normas de la empresa que deberán formar parte de la escritura pública. Para esta gestión contrataremos a un bufete de abogados debido a la complejidad de la redacción de estos. En ellos deberemos especificar las siguientes características que se exponen a continuación.
 - Denominación sociedad: Low-Cost Weddings.
 - El tipo de Sociedad: S.L.
 - Objeto social: Hostelería y restauración.
 - Fecha de cierre del ejercicio: Diciembre.
 - Domicilio social: Zaragoza.
 - Capital Social: 3.000 euros.
 - Número participaciones: 100 participaciones.
 - VN de cada participación: 30 euros/ participación.
 - Administrador: Único.

- Alta Hacienda y Declaración Censal.
 - Después de firmar las escrituras, deberemos ir a Hacienda a por el NIF provisional junto con las etiquetas y tarjetas identificativas. Asimismo tendremos que cumplimentar el modelo 036, junto con la fotocopia del DNI y la fotocopia de la escritura de constitución obtenida por el notario. Tendremos así un NIF provisional con validez de 6 meses, que posteriormente lo canjearmos por el definitivo. Presentar el modelo 036 de la declaración censal y el impuesto IAE, indicando el comienzo de la actividad a desarrollar y cuáles serán estas.
- Inscripción en el Registro Mercantil en la provincia de mi domicilio social (Zaragoza). Tendremos un plazo máximo de dos meses desde obtención de la escritura de constitución y necesitaremos aportar los siguientes escritos.
 - Copia escritura constitución de la sociedad.
 - Certificación negativa de denominación social.
 - Copia NIF provisional.
- Canjear en Hacienda la tarjeta provisional del NIF por la definitiva.

Por último, la escritura pública la realizaremos ante notario, que nos requerirá los siguientes certificados.

- Estatutos de la sociedad.
- Certificación negativa del RMC.
- Certificación bancaria de la aportación dineraria al capital social.
- DNI original de los socios.

Para finalizar el apartado de trámite administrativo, además de abonar el impuesto de sociedades y los gastos notariales anteriormente mencionados, deberemos asimismo pagar otros impuestos, como es el IVA, el IBI (debido a los bienes inmuebles), y el IRPF debido a que dentro de nuestra empresa existen empleados los cuales si tributan sobre este impuesto en sus nóminas. Este último tributo deberemos presentarlo de manera trimestral rellenando el certificado 111 (Retenciones de Rendimientos del Trabajo), encargado de realizar las retenciones a trabajadores en su nómina o a profesionales si los hubiese en las facturas.

CAPÍTULO IV – PLAN DE MARKETING

1. Difusión y comercialización

Principalmente destacaremos en esta sección los esfuerzos de difusión que serán llevados a cabo por el departamento de marketing para la comercialización de nuestros servicios y nuestra marca, centrándose principalmente al posteo de anuncios en redes sociales, la radio, en el periódico, además de anuncios en webs relacionadas con la naturaleza de nuestra empresa.

El presupuesto económico anual que se dotará al departamento de marketing será de 13.200 €, un presupuesto que consideramos más que razonable.

Como servicios extraordinarios, destacaremos la garantía que ofreceremos a nuestros clientes -con una política de cancelación totalmente gratuita hasta los 3 meses antes de la realización del evento-. El cliente por tanto no deberá abonar los servicios de planificación llevados a cabo en el enlace fallido, creando una flexibilidad al consumidor que le será útil y comúnmente valorada. No obstante, se cobrará una prima que no superará el 25% del presupuesto total del evento si no se avisa con más de tres meses de antelación.

2. Marketing Mix

En este apartado expondremos las cinco características más relevantes del Marketing Mix para el caso de nuestra sociedad, exponiendo en ellas las principales ventajas competitivas frente a los competidores, además de analizar la difusión y comercialización de los servicios a ofertar.

a) Precio

El precio es una variable significativa que, en el caso de nuestra empresa en concreto, toma especial importancia ya que nuestra diferenciación radica principalmente en el precio y constituye la razón de ser de nuestra firma. El precio, como hemos comentado en apartados anteriores, varía en función del servicio que sea demandado por el cliente, quedando a su libre disposición cualquiera de los tres diferentes servicios que ofertamos.

Los precios en el caso concreto de nuestro negocio, se determinan en función de los costes que asumimos para cada tipo de evento, dejando un mayor o menor margen de beneficios para la empresa en función del servicio demandado por nuestros clientes. La tabla de precios para una media de 100 invitados serán los siguientes para cada tipo de alternativa.

Tabla 5- Packs y precios ofertados al cliente.

PACKS	PRECIOS
Pack Económico	10.000,00 €
Pack Estándar	13.500,00 €
Pack Premium	16.000,00 €

Fuente: Elaboración propia

Gracias a esta variable podremos ser competitivos con el mercado y llegar a establecer una coherencia en la estructura de precios en el largo plazo para llegar a formar parte de la psicología del consumidor.

b) Producto

Nuestro servicio cubre desde la organización pre-boda, hasta el desmontaje del evento, así como la decoración, hilo musical o la propia gestión del evento; la alternativa que propone nuestra firma consiste en eliminar el banquete clásico al que estamos acostumbrados y que posee la competencia, para un nuevo modelo de negocio donde no existe dicho banquete, de manera que deberemos cubrir ésta carencia culinaria con un suficiente número de puestos de comida y cocktails para poder llegar a ser valorados satisfactoriamente por los usuarios

c) Distribución

En referencia a la distribución llevada a cabo, nos encontramos dentro de un canal Largo, donde nuestros productos provienen de un mayorista y finalmente, nosotros como minoristas seremos los encargados de trasladarlo junto con los servicios al consumidor final. Todo esto nos permitirá tener una relación directa a la hora de la fijación de precios, la contribución a la hora de reducir los costes, así como posicionar a nuestro servicio.

d) Promoción

Nuestro principal objetivo dentro de este apartado se centrará en promocionar el servicio a través de la página web. La difusión de la misma es vital para asegurarnos de la supervivencia y viabilidad de la empresa. Bajo este supuesto nos adentraremos, por el momento a realizar una considerable inversión en “Facebook”, que nos permitirá acceder a un número determinado y un tipo concreto de cliente. Esta red social nos proporcionara como sistema de fiabilidad, datos como “el número de personas potenciales a las que podemos llegar” y lo más importante, “aquellos resultados que podemos obtener antes de realizar el pedido correspondiente”.

CAPÍTULO V – ANÁLISIS ECONÓMICO

1. Estudio técnico de la inversión inicial

En este apartado nos centraremos en destacar la inversión inicial necesaria para comenzar nuestro negocio. Esta inversión se dotará de una serie de gastos que son los siguientes:

- Tasas e impuestos
- Salarios en formación
- Compras de inmovilizado
- Alquiler de oficina y centro de producción
- Marketing pre-venta
- Suministros
- Seguros

En el capítulo VI, todos estos gastos serán desglosados bajo dos supuestos: obtención de financiación ajena y exención de financiación ajena.

2. Horizonte temporal de estudio

La planificación financiera consiste en realizar una serie de previsiones a medio y largo plazo, que suelen oscilar de los 3-5 años, de los cuales consideramos viables y adecuados, un horizonte temporal de cinco. Las previsiones al ser superiores al año, tienen un alto grado de incertidumbre, y es por ello que deberemos cuantificarlo para conocer la verdadera viabilidad de nuestros pronósticos, y en el futuro poder identificar aquellas partidas con mayor desviación a nuestras previsiones y tomar determinadas decisiones en él para modificar/eliminar o añadir aquellas estrategias que consideremos relevantes.

3. Plan de financiación

Pese al capital no dinerario aportado por nuestro socio –las cuatro fincas de las que disponemos- necesitaremos asimismo la ayuda de las entidades de crédito para hacer frente a inversiones para la puesta en marcha y posterior desarrollo del negocio. A continuación, expondremos las cuantías y la procedencia de la financiación en nuestro caso concreto.

El valor contable de dichas fincas (capital no dinerario aportado por nuestro socio) asciende a un montante total de 3.574.000€, mientras que nuestra participación se limitará a 41.398,27€. Estas dos contribuciones formarán parte de la financiación propia de la empresa aportada por los asociados, no obstante, nuestro negocio necesitará un mayor

número de recursos para el correcto desarrollo del mismo, por lo que estimamos que la cantidad ideal de capital exigible al banco será de 70.000€. Este tipo de financiación, a diferencia del anterior, no proviene de los recursos personales si no de los ajenos, debido a que son capitales que no derivan de los partícipes, sino que son expedidos a entes externas a nosotros, como son las entidades de crédito.

Elegiremos ING por las condiciones satisfactorias que nos ofrecen, como 0% en comisiones de apertura, amortización parcial y comisión por cancelación. El tipo de interés es siempre el mismo durante toda la vida del préstamo con independencia de la cuantía solicitada, por lo que es una de las mejores ofertas en el mercado actual. En el cuadro de abajo podemos ver las mensualidades a satisfacer al prestamista, así como el tipo de interés futuro que nos cobrarán (TAE 6.11% anual). El hecho de estar contratados con una entidad financiera con un volumen de negocio relativamente grande como ING nos hará obviar todo el proceso notarial (entre ellos la escritura del empréstito) lo cual nos beneficia y diferencia del resto de entidades crediticias tanto a la hora de la aprobación del mismo como del abaratamiento del crédito. (*Ver Anexo V*).

4. Plan de ventas

El primer paso para realizar un análisis exhaustivo en nuestro plan de ventas consistirá en primera instancia en identificar el volumen de ventas que acumula la competencia, y a raíz de estos datos, determina la cuota que pretendemos abarcar.

En el siguiente gráfico, obtenido a través del Instituto Aragonés de Estadística (IAEST), cuantificaremos el número de matrimonios celebrados en Aragón en el año 2018 y hacernos una idea del número potencial de clientes que podemos llegar a abarcar.

Tabla 6 – Número de matrimonios celebrados en Zaragoza.

Año	2018
Número matrimonios celebrados en Zaragoza	3273

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística (IAEST)

En la Tabla 7, representaremos las previsiones futuras para el primer año de puesta en marcha del negocio –desglosado éste por meses- así como para los próximos cuatro años, para reflejar de manera gráfica el número de usuarios que estimamos que demanden nuestros servicios.

Tabla 7 – Distribución del número de bodas en función de cada año.

Meses	Numero de bodas				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	0	0
Marzo	0	0	0	0	0
Abril	13	14	15	16	17
Mayo	14	14	15	16	17
Junio	15	16	16	16	18
Julio	18	19	20	21	22
Agosto	15	16	17	18	18
Sept	18	19	20	21	22
Octub	15	16	17	18	18
Nov	4	4	4	4	5
Diciem	4	4	4	4	5
Total	116	122	128	134	142

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar, el primero de los años llevaremos a cabo un total de 116 bodas, que irán creciendo de manera anual a una tasa del 5%; lo que significa que cada año aumentaran de seis en seis (a razón de una boda bimensual por cada año transcurrido), llegando al quinto año con un montante final de 142 bodas; lo que significaría realizar una media de 2.76 bodas semanales, cantidad más que razonable cuándo nos encontramos en posesión de cuatro fincas para el desarrollo de los eventos.

Una vez determinado el número total de clientes potenciales del mercado, deberemos establecer un precio determinado para posicionar nuestro servicio con respecto al de la competencia, para con ello generar la demanda que tenemos prevista a la vez que obtenemos beneficios. Actualmente, los precios de éste sector son bastante amplios, dónde el abanico de precios puede oscilar desde 80€ por invitado hasta más de 200€ por comensal. En nuestro caso en particular, recordamos que nuestro estudio está diseñado para una media de 100 invitados por evento, de manera que nuestro rango de precios se verá condicionado en función del tipo de servicio contratado por nuestros clientes, fluctuando nuestro rango de precios desde 100€ (la boda más económica), hasta 160€ (la boda premium)

Con estos datos descritos anteriormente, estimaremos una cuota de mercado que ronda el 3,5%, es decir, que tomando como referencia el número total de eventos nupciales celebrados en la provincia de Zaragoza, nuestra empresa se encargará de confeccionar el número de eventos correspondiente a dicho porcentaje, obteniendo un montante final de 116 bodas anuales.

De manera que desde una perspectiva cuantitativa, nuestro ingreso por boda será aproximadamente de 13.284€, mientras que nuestro coste unitario (englobando los costes totales de nuestros servicios) ascenderían a una media de 12.194€, lo que supone un margen de beneficio en términos absolutos de 1.089€ por evento, o lo que es lo mismo, un 8.2% en términos relativos.

Cómo podemos ver en nuestro caso concreto, el margen de ventas es bastante limitado si lo comparásemos con la competencia; no obstante, esto nos permitirá ser más valorados por el cliente, generar un mayor volumen de ventas para nuestra firma, e incidir con más fortaleza en la mente de nuestros clientes potenciales.

5. Plan de Recursos Humanos

En la siguiente sección desglosaremos los puestos de trabajo de los que se compone nuestra empresa con los correspondientes departamentos y sub-departamentos, así como el número de trabajadores en cada uno de éstos puestos de trabajo con su pertinente salario bruto.

Tabla 8 – Resumen puestos de trabajo en la Empresa.

Nombre del puesto: Director Gral. Y administrador	Nombre del puesto: Maitre / Jefe de restaurante
Nº de puestos: 1	Nº de puestos: 5
Departamento: <i>Administración</i>	Departamento: <i>Producción</i>
Nº de horas (sem.): 60	Nº de horas (sem.): 40
Salario bruto: 10000	Salario bruto: 1198,81
Euros/hora: 41,66666667	Euros/hora: 7,4925625
Nombre del puesto: Responsable de Contabilidad	Nombre del puesto: Subordinado de Contabilidad
Nº de puestos: 1	Nº de puestos: 2
Departamento: <i>Contabilidad</i>	Departamento: <i>Contabilidad</i>
Nº de horas (sem.): 40	Nº de horas (sem.): 40
Salario bruto: 1700	Salario bruto: 1300
Euros/hora: 10,625	Euros/hora: 8,125
Nombre del puesto: Responsable de Marketing	Nombre del puesto: Camarero
Nº de puestos: 1	Nº de puestos: 24
Departamento: <i>Marketing</i>	Departamento: <i>Producción</i>
Nº de horas (sem.): 40	Nº de horas (sem.): 20
Salario bruto: 1700	Salario bruto: 551,685
Euros/hora: 10,625	Euros/hora: 6,8960625
Nombre del puesto: Responsable de RRHH	Nombre del puesto: Subordinado en RRHH
Nº de puestos: 1	Nº de puestos: 1
Departamento: <i>RRHH</i>	Departamento: <i>RRHH</i>
Nº de horas (sem.): 40	Nº de horas (sem.): 40
Salario bruto: 1700	Salario bruto: 1300
Euros/hora: 10,625	Euros/hora: 16,25
Nombre del puesto: Logística	Nombre del puesto: Cocineros
Nº de puestos: 4	Nº de puestos: 4
Departamento: <i>Produccion</i>	Departamento: <i>Produccion</i>
Nº de horas (sem.): 40	Nº de horas (sem.): 20
Salario bruto: 1010,07	Salario bruto: 551,685
Euros/hora: 6,3129375	Euros/hora: 6,8960625

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que debemos explicar la naturaleza de los salarios, es por ellos que tendremos que remontarnos a las tablas retributivas del Convenio Colectivo de 2017 en Zaragoza dentro de la Hostelería, de manera que esto nos permitirá fijar salarios en función del grupo profesional y la responsabilidad de todos y cada uno de los integrantes, los cuales convergerán en la siguiente tabla.

Tabla 9 – Grupos profesionales y número de trabajadores de acuerdo con el Convenio Colectivo de aplicación.

Grupo prof. I		
	3	Jefe administración
	5	Jefe catering
Grupo prof. II		
	3	Administrativo
	4	Cocinero
	24	Camarero
	4	Especialista de Mantenimiento y Servicios Auxiliares
Total trabajadores	43	

Fuente: Elaboración propia

Para finalizar con los costes salariales y facilitar la comprensión de los mismos, en el siguiente gráfico expondremos los gastos que consideramos fijos, Convergerán aquí entonces los relativos a los departamentos de recursos humanos, contabilidad/administración y marketing. Los sueldos están expresados en la Tabla 10 en términos brutos.

Tabla 10 – Resumen de salarios brutos mensuales de personal fijo (mano de obra directa) y oficina.

Costes fijos	Salarios mensuales
Director general	10000
RRHH	3000
Contabilidad	4300
Marketing	1700
Sueldo fijo (Director, RRHH, Contabilidad y MIM)	19000

Fuente: Elaboración propia

No obstante, el salario de producción será otra variable que deberemos analizar, en éste caso de manera independiente, debido a que la demanda de bodas no es constante a lo largo de todo el año y es por ello que no necesitaremos el mismo número de trabajadores en meses como enero (no se celebra ningún evento) en contraposición a septiembre (donde existe una mayor demanda del servicio).

En la tabla contigua observaremos los puestos de trabajo que componen los sueldos de producción, el número de trabajadores en cada mes del año dependiendo de sus funciones,

así como las horas mensuales a satisfacer a cada uno de ellos. Dichos salarios derivarán en la tabla contigua.

Tabla 11 – Resumen de los salarios variables o de producción para el primer año de estudio.

Sueldo produccion	40 h	20 h	20 h	40 h	
	1198,81	551,685	551,685	1010,07	
Año 1	Maitre	Camarero	Cocinero	Logistica	GASTO VARIAB.
Abril	3	12	3	3	€ 14.901,92
Mayo	3	18	3	3	€ 18.212,03
Junio	3	18	3	3	€ 18.212,03
Julio	4	24	4	4	€ 24.282,70
Agosto	3	18	3	3	€ 18.212,03
Sept	4	24	4	4	€ 24.282,70
Octubre	3	18	3	3	€ 18.212,03
Noviembre	1	6	1	1	€ 6.070,68
Diciembre	1	6	1	1	€ 6.070,68
TOTAL					€ 148.456,77

Fuente: Elaboración propia

6. Plan de explotación

En el siguiente apartado analizaremos los ocho principales costes de los que se compone nuestro negocio. Con ello, seremos capaces de llevar a cabo un análisis exhaustivo del impacto que tendrán éstos en nuestra Cuenta de Resultados y gracias a él, determinar la viabilidad y alcance de todos y cada uno de ellos.

En primera instancia diferenciaremos la naturaleza de los costes así como el valor de los mismos. El cómputo individualizado de cada uno de ellos nos permitirá hacernos una idea global a través de una perspectiva cuantitativa. A continuación, expondremos el impacto de dichos costes a lo largo del primer año de vida del negocio.

- Amortizaciones
- Arrendamientos
- Suministros
- Aprovisionamientos
- Seguros
- Renting
- Préstamo

a) Salarios

Tal y como hemos citado en el Plan de RRHH, nuestra firma se caracteriza por poseer unos gastos fijos y otros variables; dentro de los salarios fijos, incluiríamos todos los

sueldos de administración, recursos humanos, marketing y el del Director General; por otra parte, los gastos variables están confeccionados en base al sueldo de las personas que trabajan en producción (camareros, cocineros, logística y maîtres).

Cabe destacar que nuestro negocio crea 43 puestos de trabajo el primer año de supervivencia del mismo; con un gasto total que se eleva a algo más de medio millón de euros, los salarios son el máximo gasto que incurrirá nuestra empresa, después de los aprovisionamientos. Dicho coste representa el 19,51% de los gastos totales de nuestro negocio.

b) Amortizaciones

Expondremos en la siguiente tabla reflejada en el *Anexo VI.*, la información pertinente a las compras de inmovilizado llevadas a cabo por la firma. Todo este material será susceptible de amortización, el cual lo veremos resumido en la Tabla 12.

En dicha tabla, encontraremos el importe anual y mensual de los bienes del anexo anterior, que deberemos amortizar, siendo el porcentaje del 10 y 25 por ciento correspondiente a los bienes muebles y a la cubertería o enseres respectivamente. Realizaremos el mismo procedimiento para los ordenadores de oficina, quienes disfrutará asimismo del 25% de amortización lineal.

Globalmente, el cuadro de amortización agregado quedará cuantificado de la siguiente manera. Las amortizaciones engloban apenas el 0.4% de los gastos totales de la actividad.

Tabla 12 – Resumen de los gastos de amortización para el primer año de estudio.

COCINA Y ENSERES	
Anual	Mensual
3.128,89 €	260,74 €
3.700,00 €	308,33 €
OFICINA	
Anual	Mensual
2.457,50 €	204,79 €

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar, que de los cuatro terrenos que poseemos, al no existir una compra contable, no deberemos amortizarlos, ya que si estos terrenos se hubieran adquirido con el inicio

de actividad, nos veríamos en la obligación de amortizar la parte correspondiente a las construcciones; pero no es nuestro caso.

c) Arrendamientos

Los alquileres constituyen una parte adicional del coste que deberemos asumir para llevar a cabo la actividad, el cual estará compuesto por dos terrenos, de los cuales uno servirá para el almacenamiento de nuestro mobiliario, y el otro tendrá la función como centro de gestión y administración empresarial.

En el primer caso, dispondremos de un local de 560 metros cuadrados situado en el Polígono Miguel Servet (zona Las Fuentes), que supondrá un gasto de 1.100€ mensuales, mientras que, en el segundo caso, las oficinas estarán situadas en C/Pablo Ruiz Picasso con una extensión de 300 metros cuadrados, a un precio mensual de 2.800€. El gasto acumulado en porcentaje con respecto a los gastos totales es bajo, pobremente llega al 2%. (*Ver Anexo VII*).

d) Suministros

En este apartado incluiremos las dotaciones necesarias para abastecernos de aquello que consideramos necesario. En nuestro caso en particular estará compuesto por la luz, agua, teléfono, internet y gas. En el siguiente cuadro, estableceremos unos valores mínimos a los que deberemos de hacer frente, dónde estos irán aumentando o disminuyendo en función del mes y la oferta de nuestros servicios. Los suministros representan el 1,79% de los costes globales de nuestro negocio. (*Ver Anexo VIII*).

e) Aprovisionamientos

Este concepto hace referencia a la función logística a través de la cual necesitaremos proveernos de aquellos bienes para el adecuado funcionamiento de los eventos. Resulta evidente que ni todos meses, ni todos eventos conllevarán el mismo gasto en avituallamiento, ya que por ejemplo en meses como enero, en el cual no se lleva a cabo ninguna boda, no existirá gasto alguno; en contraposición a esto, cuánto más abultado sea el evento, éste se proveerá de mayores víveres. El gasto en aprovisionamiento representa aproximadamente el 73,38% del gasto total de la compañía. (*Ver Anexo IX*).

f) Seguros

Para cubrirnos ante cualquier imprevisto ante posibles indemnizaciones, nos veremos en la obligación de contratar una serie de seguros que nos cubran dichos imprevistos. Serán los siguientes. (*Ver Anexo X*).

- Responsabilidad civil: Este tipo de seguro cubrirá aquellas indemnizaciones que tengamos que satisfacer como empresa por posibles daños personales, materiales y perjuicios causados a terceros por la imprudencia de nuestros proveedores y que a su vez afecten a nuestros clientes.
- Accidentes: Este tipo de seguro cubrirá posibles indemnizaciones a nuestros trabajadores en caso de accidente laboral.
- Multirriesgo: Contrataremos también este tipo de seguro que nos cubrirá principalmente dos contingencias; la primera nos asegurarían los edificios, el mobiliario y equipamientos, mientras que la segunda aseguraríamos nuestro beneficio asegurando una parte de estos. Los seguros engloban el 0,78% de los gastos totales, un montante mensual de 1666,67€.

g) Renting

Firmaremos un contrato de renting por la cual el arrendador se compromete a cedernos unos determinados bienes a cambio de una cuota periódica. Estos bienes serán dos camiones frigoríficos valorados en 50.000€ y un valor residual de 5.000€ para cada uno de ellos. La ventaja que nos ofrece el renting es que el bien o bienes a alquilar nos incluyen ciertos servicios en el contrato, como son el mantenimiento, reparación o los seguros, lo que nos permitirá abaratar los costes del inmovilizado en cuestión; no obstante, como desventaja destacaríamos que en los contratos de renting no existe opción de compra al finalizar la vigencia del contrato, a diferencia del leasing.

El contrato de renting se celebra aportando una cantidad mensual de 1.000€ con un tiempo de vigencia del mismo de un año, renovándose de manera anual hasta el quinto año de supervivencia empresarial. El gasto en renting llega escasamente al 1% de los gastos totales del negocio.

h) Préstamo

El préstamo adquirido a la entidad crediticia formará parte del coste adicional al que deberemos hacer frente como prestatarios. El contrato del mismo será de 5 años a un tipo

de interés del 6.11% anual con una cantidad a disponer de 70.000EUR (compuesto por 50.000€ en mobiliario y enseres, y 20.000€ en ordenadores y acondicionamiento).

Como en apartados anteriores ya hemos cuantificado el gráfico de amortización, nos limitaremos en esta sección a determinar el montante final de los intereses y el principal de manera global y por años. Los intereses del préstamo representan un 0,14% de los gastos totales del negocio en el primer año de vida del mismo. (*Ver Anexo XI*).

7. Presentación del resultado contable después de impuestos.

Para finalizar el análisis económico de nuestra firma de la manera más íntegra posible, expondremos los datos obtenidos en las anteriores secciones para que, de manera anual y global, nos facilite la comprensión de los resultados obtenidos. Si se desea ver desglosada la tabla de gastos mensuales, acudir a *Anexo XII*.

Tanto en el supuesto inicial, como en los escenarios posteriores, analizaremos la viabilidad económica de la firma bajo dos premisas: la primera, se caracterizará por el estudio cuantitativo de los flujos de caja así como su desembolso, siempre que exista financiación ajena; mientras que por otra parte, coexistirá otro supuesto que realizará el mismo estudio, bajo la premisa de que únicamente existan fondos propios para la puesta en marcha del negocio.

CAPÍTULO VI – ANÁLISIS DE VIABILIDAD

En esta sección nos encargaremos de realizar un análisis de viabilidad de nuestro proyecto empresarial bajo tres escenarios y durante los cinco años elegidos como nuestro horizonte temporal de la inversión. Recordamos que nos constituimos en posesión de cuatro fincas que nos permitirán realizar anualmente 296 bodas, sin embargo, resulta evidente que desde la puesta en marcha del negocio no cubriremos la capacidad total de eventos posibles que podemos abarcar, de modo que, ayudándonos de nuestro previo estudio de ventas, determinamos que la cantidad de bodas a ofertar el primer año en funcionamiento del negocio será de 116 eventos.

Cabe destacar que la tasa de actualización que se ha trabajado para el cálculo del VAN ha sido del 5%, o lo que es lo mismo, la rentabilidad mínima que como socios esperamos que nos arroje este modelo de negocio.

Caso inicial:

Como habíamos comentado en la Tabla 5, nuestra previsión de ventas comenzaba con un total de 116 bodas anuales, y éstas mismas aumentarán a razón del 5%, mientras que a su vez, todos los gastos lo harían en la proporción como mínimo del 4,5 por ciento. En éste supuesto tendremos usuarios que nos demanden los tres packs.

Escenario primero:

El número de bodas que se nos demanda se mantendrá constante durante los cinco años de estudio a realizar. Es decir, esas 116 bodas iniciales, serán iguales hasta el final del quinto año. En éste supuesto tendremos usuarios que sólo nos demanden bodas económicas.

Escenario segundo:

El número de bodas que estimamos que se nos demande el primer año objeto de estudio serán esas 116 bodas iniciales, las cuales irán disminuyendo a razón del 5% interanual, lo que implicaría celebrar únicamente 84 bodas en el quinto año de estudio. En éste supuesto tendremos usuarios que sólo nos demanden bodas estándar.

1. Caso inicial (financiación ajena)

En la Tabla 13, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (*Ver Anexos XIII – XVI*).

Tabla 13 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-41.398,27 €	104.381,26 €	138.113,00 €	109.091,61 €	131.928,64 €	140.516,44 €

Fuente: Elaboración propia

Para terminar, el estudio de la viabilidad del proyecto se reflejará en la tabla inferior.

Tabla 14 – Desembolso inicial VAN y TIR.

CON FINANCIACION AJENA	
Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-41.398,27 €
Financiación ajena	70.000,00 €

VAN	496.158,77 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
El van = 0 / TIR	269,76%

Aceptamos el proyecto; TIR 269,76% > 5%

Fuente: Elaboración propia

Vemos que en éste supuesto inicial, generamos un VAN>0, lo que indica que la actualización de los cobros menos los pagos es positiva, por lo que el proyecto (con financiación ajena), sería rentable. La TIR nos da un porcentaje por encima del WACC (o coste de capital), lo que indicará que obtendremos un porcentaje muy superior a lo que estimábamos.

2. Caso inicial (financiación propia)

En la Tabla 15, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (Ver Anexo XVII).

Tabla 15 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-111.398,27 €	120.073,56 €	132.051,57 €	124.964,90 €	146.348,36 €	172.423,64 €

Fuente: Elaboración propia

En la tabla inferior nos dispondremos a cuantificar el valor actual de nuestras inversiones así como su tasa de retorno.

Tabla 16 – Desembolso inicial VAN y TIR.

SIN FINANCIACION AJENA	
Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-111.398,27 €
Financiación ajena	- €

VAN	486.181,13 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
El van = 0 / TIR	110,98%

Aceptamos el proyecto; TIR	110,98% > 5%
-----------------------------------	------------------------

Fuente: Elaboración propia

Bajo la premisa de no obtener financiación ajena por parte de la entidad crediticia, los indicadores económicos nos dan luz verde para la viabilidad el proyecto. Seguimos generando un $VAN > 0$, aunque ligeramente inferior al primer escenario, y una TIR superior al coste de capital (ésta notablemente menos positiva con respecto a la primera premisa).

3. Escenario primero (financiación ajena)

En la Tabla 17, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (Ver Anexos XVIII – XXI).

Tabla 17 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-41.398,27 €	70.048,91 €	69.932,52 €	60.873,24 €	62.326,80 €	43.492,44 €

Fuente: Elaboración propia

En la tabla inferior nos dispondremos a cuantificar el valor actual de nuestras inversiones así como su tasa de retorno.

Tabla 18 – Desembolso inicial VAN y TIR.

Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-41.398,27 €
Financiación ajena	70.000,00 €

VAN	496.158,77 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
El van = 0 / TIR	269,76%

Aceptamos el proyecto; TIR	269,76% > 5%
----------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

Finalmente el proyecto para éste primer escenario incluyendo la financiación ajena nos arroja una TIR aproximada del 164%, y un VAN>0, por lo que aceptaríamos la viabilidad del proyecto.

4. Escenario primero (financiación propia)

En la Tabla 19, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (Ver Anexo XXII).

Tabla 19 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-111.398,27 €	85.741,21 €	85.741,21 €	76.746,52 €	76.746,52 €	75.399,65 €

Fuente: Elaboración propia

En la tabla inferior nos dispondremos a cuantificar el valor actual de nuestras inversiones así como su tasa de retorno.

Tabla 20 – Desembolso inicial VAN y TIR.

Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-41.398,27 €
Financiación ajena	70.000,00 €

VAN	226.684,30 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
TIR	164,42%

Aceptamos el proyecto; TIR	164,42% > 5%
----------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

El negocio, pese a no acudir a ningún banco para su puesta en marcha y financiación, seguiría siendo rentable bajo ésta premisa. Sin embargo, la financiación propia que deberemos desembolsar en el año cero será superior que si nos dotásemos de algún empréstito.

5. Escenario segundo (financiación ajena)

En la Tabla 21, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (Ver Anexos XXIII – XXVI). .

Tabla 21 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-41.398,27 €	149.027,51 €	111.607,26 €	71.681,29 €	51.557,59 €	15.173,98 €

Fuente: Elaboración propia

En la tabla inferior nos dispondremos a cuantificar el valor actual de nuestras inversiones así como su tasa de retorno.

Tabla 22 – Desembolso inicial VAN y TIR.

Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras/Amortizaciones/Acor	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-41.398,27 €
Financiación ajena	70.000,00 €

VAN	247.990,53 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
VAN > 0 / TIR	333,10%

Aceptamos el proyecto	333,10 % > 5%
-----------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

Podemos ver que los resultados obtenidos nos ofrecen la suficiente certeza para la viabilidad económica del negocio, por lo tanto estaríamos dispuestos para la puesta en marcha del mismo.

6. Escenario segundo (financiación propia).

En la Tabla 23, podemos ver el resultado de los flujos de caja generados en este caso en concreto. Si se quiere incidir en los ingresos y gastos. (Ver Anexo XXVII).

Tabla 23 – Desglose de los FC de los 5 años de estudio.

FCF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuántia	-111.398,27 €	164.719,81 €	127.415,95 €	87.554,58 €	65.977,31 €	47.081,19 €

Fuente: Elaboración propia

En la tabla inferior nos dispondremos a cuantificar el valor actual de nuestras inversiones así como su tasa de retorno.

Tabla 24 – Desembolso inicial VAN y TIR:

Tasas	-5.500,00 €
Salarios	-19.864,94 €
Compras	-70.000,00 €
Alquiler	-7.800,00 €
MARKETING	-2.200,00 €
Suministros	-2.700,00 €
Seguros	-3.333,33 €
TOTAL	-111.398,27 €
Financiación propia	-111.398,27 €
Financiación ajena	0,00 €

VAN	327.849,74 €
Tasa mínima exigida (i)	5%
VAN > 0	Aceptamos inversión
VAN > 0 / TIR	122,33%

Aceptamos el proyecto	122,33 % > 5%
-----------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

Por último, volvemos a obtener un VAN positivo y una TIR superior a la rentabilidad exigida, de manera que ambos indicadores aprobaran la puesta en marcha del negocio.

CAPÍTULO VII – CONCLUSIONES

El sector de la hostelería en España junto con el turismo es uno de los ámbitos que siempre ha estado en progresión en la economía nacional. Concretamente, el sector de la hostelería emplea a más de 1,7 millones de personas, con una aportación al PIB de la economía cercano al 7,2%., y se prevé que dicho porcentaje continúe en ascenso.

Pese a los vaivenes políticos y económicos forjados en los últimos años, sin dejar de lado la incertidumbre social acerca del devenir económico nacional, no ha conseguido que la hostelería pierda peso en el crecimiento sostenible, tal y como han experimentado sectores como la construcción. A raíz de este análisis macroeconómico, identificamos una serie de patrones que nos permitieron por tanto proyectarnos una primera idea acerca del modelo de negocio que queríamos desarrollar, que junto a otros indicadores nacionales además de otros análisis entre los que se encuentra el PEST, los cuales nos asistieron a la hora de fijar el plan de estudio referente a los eventos nupciales.

Una vez definido el marco con el que trabajar, queríamos profundizar en un nuevo modelo de negocio que hasta ahora, no ha llegado a ser implantado en el sector de las bodas. En primer lugar necesitábamos una serie de fincas para poder desarrollar nuestra actividad, cuyas aportaciones son realizadas por nuestro socio, mientras que por otro lado necesitábamos la inversión necesaria para su puesta en marcha y posterior funcionamiento.

Adicionalmente a ello, nuestro modelo de negocio no consta de un banquete clásico como se celebraría en cualquier tipo de boda actual, sino que los usuarios se centrarán en disfrutar en él, del pasaje en el que se encuentran, a la vez que les ofrecemos como producto sustitutivo a este, una serie de servicios de comida, como son los food tracks y los cocktails, para no defraudar en materia culinaria a nuestros comensales.

En cuanto al análisis económico del proyecto, determinamos un horizonte temporal para nuestra inversión inicial de cinco años con una tasa de actualización del 5%. Pese a que uno de los costes más importantes que nos ahorramos como empresarios (alquiler de las fincas), necesitaremos dotarnos asimismo de un empréstito bancario para el correcto funcionamiento y desarrollo del negocio. Dicha cuantía será de 70,000€ a una tasa del 6,11% interanual.

Consecutivamente, uno de los aspectos que nos ayudará a conocer la viabilidad del modelo de negocio será el plan de ventas, que nos apoyará a conocer con exactitud la cuantía de eventos que realizaremos, así como el precio que deberemos estipular por boda para hacer de éste negocio uno rentable. Adicionalmente, los gastos a cuantificar expresan fielmente la realidad actual en el mercado, lo cual nos permitirá obtener un análisis exhaustivo y realista de los servicios que ofertaremos, y con ellos, poder lograr un estudio íntegro de la viabilidad empresarial.

Posiblemente el hecho de realizar el primer año de estudio un montante de 116 bodas anuales podría parecer elevado, sin embargo recordamos que poseemos un total de cuatro fincas para el funcionamiento empresarial, que para las 37 semanas anuales que ofertamos los servicios, bastaría con realizar una boda semanal por finca para que esta previsión de ventas se cumpliera. Recordamos que en la provincia de Zaragoza se celebran anualmente 3.273 matrimonios, lo que significaría estar en posesión de apenas el 3,6% de la cuota de mercado.

Por último, podemos concluir que es un modelo de negocio que con el paso del tiempo está siendo más demandado y valorado por los usuarios, de manera que aprovechando esta tendencia empresarial, intentaremos diferenciarnos de nuestros principales competidores en una de las variables más importante para ellos, como es el precio. Esto nos permitirá acercarnos a determinados usuarios que por su capacidad adquisitiva, no se puedan permitir la celebración de su enlace matrimonial a la vez que no nos olvidamos de aquellos clientes más adinerados, ofreciéndoles a éstos alternativas tan óptimas como las ofrecidas por nuestra competencia.

CAPÍTULO VIII – BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFÍA

1. Bibliografía

- Brealey, R., Myers, S., Marcus, A., Mateos, P. (2010). *Finanzas corporativas*. Madrid, España_ McGraw Hill.
- Esteo Sánchez, F- (2003). *Análisis de estados financieros: planificación y control (4º ed.)*. Madrid, España: Centro de Estudios Financieros.
- González Pascual, Julián (2012). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*. Pirámide, Zaragoza.
- Llorente Olier, José Ignacio (2009). *Análisis de estados económico-financieros*. Ediciones CEF.-, Madrid.
- Palomares Laguna, J. Peset, M.J.(2015). *Estados financieros: interpretación y análisis*. Madrid, España: Pirámide
- Rojo Ramírez, A. (2008). *Valoración de empresas y gestión basada en valor*. Madrid, España: Paraninfo

2. Webgrafía

- Analisis DAFO: Estudio de la matriz DAFO. <https://infoautonomos.eleconomista.es> (s.f.)
- Análisis PEST: Estudio de las variables del entorno general. <https://economipedia.com>. (s.f.)
- Ayuntamiento de Zaragoza: Trámites administrativos y tasas. <http://www.zaragoza.es> (s.f.)
- IAEST: Matrimonios celebrados en Aragón y sus provincias. <https://www.aragon.es>. (2017).
- INE: Datos acerca del crecimiento del IPC en Hostelería y Turismo. <https://www.ine.es>. (2018).
- ING Direct: Préstamos personales. <https://www.ing.es>. (2019).
- OCDE: Estudios económicos de la OCDE. <https://www.oecd.org/economy/surveys/Spain-2018-OECD>. (2018)
- Trámites administrativos: Estudio de impuestos y papeles a satisfacer por la creación de la nueva empresa. <https://www.emprendedores.es> (s.f.)

CAPÍTULO IX – ANEXOS

	Promedio 2000-2007	Promedio 2008-2015	2016	2017	2018	2019	2020
TIPOS DE INTERÉS							
Euro							
Depo BCE	2,05	0,50	-0,40	-0,40	-0,40	-0,20	0,25
Refi BCE	3,05	1,13	0,00	0,00	0,00	0,25	0,75
Eonia	3,12	0,77	-0,35	-0,34	-0,36	-0,10	0,40
Euríbor 1 mes	3,18	0,93	-0,37	-0,37	-0,37	-0,08	0,42
Euríbor 3 meses	3,24	1,13	-0,32	-0,33	-0,31	-0,04	0,44
Euríbor 6 meses	3,29	1,30	-0,22	-0,27	-0,24	0,12	0,62
Euríbor 12 meses	3,40	1,51	-0,08	-0,19	-0,13	0,27	0,79

Anexo I – Evolución de los tipos de interés en la Zona Euro (2000 – 2020).

Características principales de las empresas de producción manufacturera: empresas que exportan en comparación con las que no exportan

Source: Correa-López y Doménech (2012) a partir de ESEE, Fundación SEPI

Promedio 1990-2010

(media de distribución)	Exportadores	No exportadores
Tamaño (a)	167	21
Productividad (valor añadido por empleado) (b)	33,2	20,2
Productividad (producción por empleado) (b)	104,7	48,8
Capital físico por empleado (b)	31,4	12,3
Innovación		
Empleo altamente cualificado (%) (c)	3,6	0
Trabajadores no manuales (%)	28,6	21,4
I+D y adopción de tecnología (d)	24	0
Estructura de propiedad:		
Participación de capital extranjero* (%) (e)	26,3	3,1
Competencia de mercado:		
Cuota de mercado en el mercado principal* (%)	14,3	7,0
Finanzas:		
Deuda a largo plazo sobre recursos propios (f)	2,8	5,8
Coste medio real de la deuda a largo plazo (f)	4	4,8
Tasa de empleo temporal (%)	9,3	12,9

Nota véase la nota a pie de página a la tabla 2 en Correa-López y Doménech (2014)

Anexo II – Relación entre el número de exportaciones según el tamaño de la empresa y su correlación con la investigación en I+D+i (1990 – 2010, Apuntes Coyuntura Económica – Universidad de Zaragoza).



Matrimonios según mes de celebración y residencia del matrimonio.

Unidad: número de matrimonios.

Fuente: Estadística de Matrimonios. IAEST e INE.

Metodología

Lugar de residencia del matrimonio	Total matrimonios	Año 2017											
		Mes de celebración del matrimonio											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Aragón	4.294	107	137	205	285	346	685	640	345	825	321	237	161
Huesca	623	18	20	41	40	62	98	75	52	108	51	34	24
Teruel	398	10	9	19	32	30	73	54	31	77	36	15	12
Zaragoza	3.273	79	108	145	213	254	514	511	262	640	234	188	125

Anexo III – Número de matrimonios según el mes de celebración y residencia en la CCAA de Aragón (INE, 2017).

HOTELES	FINCAS
NH Collection Gran Hotel	Finca la Ínsula Barataria
Eurostars Boston	Finca la Dehesa
Hotel Silken Reino de Aragon	Factoría Resort
Hotel Reina Petronila	Torreluna
Hotel Alfonso	Jardines del Monasterio
Hotel Vincci Zaragoza Zentro	Palacio de Duques de Villahermosa
NH Collection Gran Hotel	Sansuí
Hotel Monasterio de Piedra & Spa	Torre Mirahuerta
Hotel Palafox	Restaurante Gayarre
TRYP Zaragoza	Finca Soto de Bruil
Espacio aura	El Cachirulo
Hotel Goya	Finca el Marqués – La Bastilla

Anexo IV – Principales competidores de nuestra Empresa que distan a menos de 30Km. de perímetro.

Meses	Mensualidad	Intereses	Amortización	Cap.vivo	Cap. Amortiz
0,00				70.000,00 €	
1,00	1.356,88 €	356,42 €	1.000,46 €	68.999,54 €	1.000,46 €
2,00	1.356,88 €	351,32 €	1.005,56 €	67.993,98 €	2.006,02 €
3,00	1.356,88 €	346,20 €	1.010,68 €	66.983,30 €	3.016,70 €
4,00	1.356,88 €	341,06 €	1.015,82 €	65.967,48 €	4.032,52 €
5,00	1.356,88 €	335,88 €	1.020,99 €	64.946,49 €	5.053,51 €
6,00	1.356,88 €	330,69 €	1.026,19 €	63.920,29 €	6.079,71 €
7,00	1.356,88 €	325,46 €	1.031,42 €	62.888,87 €	7.111,13 €
8,00	1.356,88 €	320,21 €	1.036,67 €	61.852,20 €	8.147,80 €
9,00	1.356,88 €	314,93 €	1.041,95 €	60.810,26 €	9.189,74 €
10,00	1.356,88 €	309,63 €	1.047,25 €	59.763,00 €	10.237,00 €
11,00	1.356,88 €	304,29 €	1.052,59 €	58.710,42 €	11.289,58 €
12,00	1.356,88 €	298,93 €	1.057,95 €	57.652,47 €	12.347,53 €
13,00	1.356,88 €	293,55 €	1.063,33 €	56.589,14 €	13.410,86 €
14,00	1.356,88 €	288,13 €	1.068,75 €	55.520,39 €	14.479,61 €
15,00	1.356,88 €	282,69 €	1.074,19 €	54.446,20 €	15.553,80 €
16,00	1.356,88 €	277,22 €	1.079,66 €	53.366,55 €	16.633,45 €
17,00	1.356,88 €	271,72 €	1.085,15 €	52.281,39 €	17.718,61 €
18,00	1.356,88 €	266,20 €	1.090,68 €	51.190,71 €	18.809,29 €
19,00	1.356,88 €	260,65 €	1.096,23 €	50.094,48 €	19.905,52 €
20,00	1.356,88 €	255,06 €	1.101,82 €	48.992,66 €	21.007,34 €
21,00	1.356,88 €	249,45 €	1.107,43 €	47.885,24 €	22.114,76 €
22,00	1.356,88 €	243,82 €	1.113,06 €	46.772,17 €	23.227,83 €
23,00	1.356,88 €	238,15 €	1.118,73 €	45.653,44 €	24.346,56 €
24,00	1.356,88 €	232,45 €	1.124,43 €	44.529,02 €	25.470,98 €
25,00	1.356,88 €	226,73 €	1.130,15 €	43.398,86 €	26.601,14 €
26,00	1.356,88 €	220,97 €	1.135,91 €	42.262,96 €	27.737,04 €
27,00	1.356,88 €	215,19 €	1.141,69 €	41.121,27 €	28.878,73 €
28,00	1.356,88 €	209,38 €	1.147,50 €	39.973,76 €	30.026,24 €
29,00	1.356,88 €	203,53 €	1.153,35 €	38.820,42 €	31.179,58 €
30,00	1.356,88 €	197,66 €	1.159,22 €	37.661,20 €	32.338,80 €
31,00	1.356,88 €	191,76 €	1.165,12 €	36.496,08 €	33.503,92 €
32,00	1.356,88 €	185,83 €	1.171,05 €	35.325,02 €	34.674,98 €
33,00	1.356,88 €	179,86 €	1.177,02 €	34.148,01 €	35.851,99 €
34,00	1.356,88 €	173,87 €	1.183,01 €	32.965,00 €	37.035,00 €
35,00	1.356,88 €	167,85 €	1.189,03 €	31.775,96 €	38.224,04 €
36,00	1.356,88 €	161,79 €	1.195,09 €	30.580,88 €	39.419,12 €
37,00	1.356,88 €	155,71 €	1.201,17 €	29.379,71 €	40.620,29 €
38,00	1.356,88 €	149,59 €	1.207,29 €	28.172,42 €	41.827,58 €
39,00	1.356,88 €	143,44 €	1.213,43 €	26.958,98 €	43.041,02 €
40,00	1.356,88 €	137,27 €	1.219,61 €	25.739,37 €	44.260,63 €
41,00	1.356,88 €	131,06 €	1.225,82 €	24.513,55 €	45.486,45 €
42,00	1.356,88 €	124,81 €	1.232,06 €	23.281,48 €	46.718,52 €
43,00	1.356,88 €	118,54 €	1.238,34 €	22.043,14 €	47.956,86 €
44,00	1.356,88 €	112,24 €	1.244,64 €	20.798,50 €	49.201,50 €
45,00	1.356,88 €	105,90 €	1.250,98 €	19.547,52 €	50.452,48 €
46,00	1.356,88 €	99,53 €	1.257,35 €	18.290,17 €	51.709,83 €
47,00	1.356,88 €	93,13 €	1.263,75 €	17.026,42 €	52.973,58 €
48,00	1.356,88 €	86,69 €	1.270,19 €	15.756,23 €	54.243,77 €
49,00	1.356,88 €	80,23 €	1.276,65 €	14.479,58 €	55.520,42 €
50,00	1.356,88 €	73,73 €	1.283,15 €	13.196,42 €	56.803,58 €
51,00	1.356,88 €	67,19 €	1.289,69 €	11.906,74 €	58.093,26 €
52,00	1.356,88 €	60,63 €	1.296,25 €	10.610,48 €	59.389,52 €
53,00	1.356,88 €	54,03 €	1.302,85 €	9.307,63 €	60.692,37 €
54,00	1.356,88 €	47,39 €	1.309,49 €	7.998,14 €	62.001,86 €
55,00	1.356,88 €	40,72 €	1.316,16 €	6.681,98 €	63.318,02 €
56,00	1.356,88 €	34,02 €	1.322,86 €	5.359,13 €	64.640,87 €
57,00	1.356,88 €	27,29 €	1.329,59 €	4.029,53 €	65.970,47 €
58,00	1.356,88 €	20,52 €	1.336,36 €	2.693,17 €	67.306,83 €
59,00	1.356,88 €	13,71 €	1.343,17 €	1.350,01 €	68.649,99 €
60,00	1.356,88 €	6,87 €	1.350,01 €	0,00 €	70.000,00 €

Anexo V – Cuadro de amortización del préstamo.

COMPRAS	Precio	Unidades	Total
Frigoríficos	900	4	3600
Hornos	900	8	7200
Lavavajillas	2100	4	8400
Lavadora 15	3200	4	12800
Secadora 15	800	4	3200
Coltelería y enseres	14800	1	14800
			50.000,00 €
Ordenadores	1000	9	9000
Acondicion.	11000	1	11000
			20.000,00 €

Anexo VI – Desembolso en inmovilizado material realizado el primer año de nuestra inversión.

Arrendamientos	Mensual	Semanal
Oficina 300m(Pablo Ru	2.800,00 €	700,00 €
Centro producción (Po	1.100,00 €	275,00 €
	3.900,00 €	975,00 €

Anexo VII – Desembolso en arrendamientos el primer año de nuestra inversión.

Costes de suministros	Mensual	Semanal
Luz (5000wh)	600,00 €	150,00 €
Agua 380m ³	350,00 €	87,50 €
Teléfono/Internet	100,00 €	25,00 €
Gas(3000wh)	300,00 €	75,00 €
	1.350,00 €	337,50 €

Anexo VIII – Desembolso en suministros el primer año de nuestra inversión.

Enero	- €
Febrero	- €
Marzo	- €
Abril	102.545,00 €
Mayo	110.179,00 €
Junio	117.813,00 €
Julio	141.816,00 €
Agosto	117.813,00 €
Septiembre	141.816,00 €
Octubre	117.813,00 €
Noviembre	31.637,00 €
Diciembre	31.637,00 €
Total gasto aprovisionamiento	913.069,00 €

Anexo IX – Desembolso en aprovisionamiento el primer año de nuestra inversión.

Anexo X – Desembolso en seguros el primer año de nuestra inversión.

Seguros	Anual	Mensual	Semanal
Multirisgo	3.000,00 €	250,00 €	62,50 €
Accidentes	8.000,00 €	666,67 €	166,67 €
RC	9.000,00 €	750,00 €	187,50 €
Total	20.000,00 €	1.666,67 €	416,67 €

Pago principal por años		
Año 1	0-12	12.347,53 €
Año 2	13-24	13.123,45 €
Año 3	25-36	13.948,14 €
Año 4	37-48	14.824,65 €
Año 5	49-60	15.756,23 €
		70.000,00 €
Pago intereses por años		
Año 1	0-12	3.935,02 €
Año 2	13-24	3.159,10 €
Año 3	24-35	2.566,87 €
Año 4	36-47	1.619,70 €
Año 5	48-60	526,32 €
		11.807,01 €

Anexo XI – Desembolso del principal e intereses del préstamo adquirido.

GASTOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Sept	Oct	Nov	Diciembre
SALARIOS	19.000,00 €	19.000,00 €	19.000,00 €	33.901,92 €	37.212,03 €	37.212,03 €	43.282,70 €	37.212,03 €	43.282,70 €	37.212,03 €	25.070,68 €	25.070,68 €
AMORTIZACIONES	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407	773,8657407
Mobiliario y enseres	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741	569,0740741
Ordenadores	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667	204,7916667
ALQUILER	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900
MARKETING	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €	1.100,00 €
SUMINISTROS	1.350,00 €	1.350,00 €	1.350,00 €	1.800,00 €	1.900,00 €	1.800,00 €	1.900,00 €	1.800,00 €	1.900,00 €	1.700,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
APROVISIONAMIENTO	0	0	0	102545	110179	117813	141816	117813	141816	117813	31637	31637
SEGUROS	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667	1666,666667
Interes préstamo	356,42 €	351,32 €	346,20 €	341,06 €	335,88 €	330,69 €	325,46 €	320,21 €	314,93 €	309,63 €	304,29 €	298,93 €
RENTING	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
GASTOS TOTALES	29.146,95 €	29.141,86 €	29.136,74 €	147.028,50 €	158.067,44 €	165.596,24 €	195.764,69 €	165.585,77 €	195.754,16 €	165.475,18 €	66.952,50 €	66.947,14 €

Anexo XII – Resultado global de los costes generados el primer año.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Numero bodas	116	122	128	134	141
Ingreso total	€ 1.541.000,00	€ 1.618.050,00	€ 1.698.952,50	€ 1.783.900,13	€ 1.873.095,13

Anexo XIII – Ventas en euros/bruto para nuestro supuesto inicial.

PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.541.000,00 €	1.618.050,00 €	1.698.952,50 €	1.783.900,13 €	1.873.095,13 €
Gastos explotación	1.401.375,77 €	1.464.333,99 €	1.535.428,10 €	1.591.864,44 €	1.644.496,57 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Gastos financieros	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €
BAI	126.402,82 €	141.270,52 €	151.671,15 €	181.129,59 €	224.173,35 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	18.960,42 €	21.190,58 €	37.917,79 €	45.282,40 €	56.043,34 €
Rdo despues de impu	107.442,40 €	120.079,94 €	113.753,36 €	135.847,19 €	168.130,01 €

Anexo XIV – Resultado global de los costes generados el primer año.

Sueldo fijo		Sueldo variable				
Salario total (Supuesto inicial)		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	19000					
Febrero	19000					
Marzo	19000					
Abril	19000	14.901,92 €	18.212,03 €	18.212,03 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Mayo	19000	18.212,03 €	18.212,03 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Junio	19000	18.212,03 €	22.720,95 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Julio	19000	24.282,70 €	24.282,70 €	30.353,38 €	30.353,38 €	30.353,38 €
Agosto	19000	18.212,03 €	22.720,95 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Septiembre	19000	24.282,70 €	24.282,70 €	30.353,38 €	30.353,38 €	30.353,38 €
Octubre	19000	18.212,03 €	22.720,95 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Noviembre	19000	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
Diciembre	19000	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
Salario a satisfacer a los trabajadores		376.456,77 €	393.293,64 €	416.190,93 €	422.261,60 €	422.261,60 €

Anexo XV – Salarios brutos anuales para nuestro supuesto inicial.

TOTAL GASTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €
Suministros	19.850,00 €	19.254,50 €	18.676,87 €	18.116,56 €	17.573,06 €
Aprovisionamientos	885.544,00 €	839.740,00 €	793.936,00 €	755.766,00 €	717.596,00 €
Resto gastos fijos	92.000,00 €	101.286,39 €	101.286,39 €	101.286,39 €	95.898,89 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Intereses prestamo	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €

Anexo XVI – Sumatorio de los gastos totales del negocio para nuestro supuesto inicial.

Ventas	1.541.000,00 €	1.618.050,00 €	1.698.952,50 €	1.783.900,13 €	1.873.095,13 €
Gastos explotacion	1.401.375,77 €	1.464.333,99 €	1.535.428,10 €	1.591.864,44 €	1.644.496,57 €
Amortizaciones	9286,388889	9286,388889	9286,388889	9286,388889	3898,888889
Gastos financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BAI	130.337,85 €	144.429,62 €	154.238,02 €	182.749,29 €	224.699,67 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	19.550,68 €	21.664,44 €	38.559,50 €	45.687,32 €	56.174,92 €
Rdo despues de impue	110.787,17 €	122.765,18 €	115.678,51 €	137.061,97 €	168.524,75 €

Anexo XVII – Cuadro-resumen del beneficio después de impuestos para nuestro supuesto inicial (sin financiación ajena)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº bodas		116	116	116	116
Ingreso /boda		10000			
Total ingreso	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €

Anexo XVIII – Ventas en euros/bruto para el Escenario 1.

PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €
Gastos explotacion	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €
Amortizaciones	9286,388889	9286,388889	9286,388889	9286,388889	3898,888889
Gastos financieros	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €
BAI	86.011,82 €	86.787,75 €	87.379,98 €	88.327,15 €	94.808,03 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	12.901,77 €	13.018,16 €	21.844,99 €	22.081,79 €	23.702,01 €
Rdo despues de impues	73.110,05 €	73.769,59 €	65.534,98 €	66.245,36 €	71.106,02 €

Anexo XIX – Resultado global de los costes generados el primer año.

SUELDO TOTAL	S. fijo	Sueldo variable				
	S.FIJO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	19000					
Febrero	19000					
Marzo	19000					
Abril	19000	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €
Mayo	19000	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Junio	19000	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Julio	19000	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Agosto	19000	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Sept	19000	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Octubre	19000	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Noviembre	19000	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
Diciembre	19000	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
TOTAL SALARIOS FIJOS + VARIABLE		376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €

Anexo XX – Salarios brutos anuales para nuestro Escenario 1.

TOTAL GASTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €
Suministros	19.850,00 €	19.850,00 €	19.850,00 €	19.850,00 €	19.850,00 €
Aprovisionamientos	572.460,00 €	572.460,00 €	572.460,00 €	572.460,00 €	572.460,00 €
Resto gastos fijos	92.000,00 €	92.000,00 €	92.000,00 €	92.000,00 €	92.000,00 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Intereses prestamo	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €

Anexo XXI – Sumatorio de los gastos totales del negocio para nuestro Escenario 1.

PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €	1.160.000,00 €
Gastos explotacion	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €	1.060.766,77 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Gastos financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BAI	89.946,85 €	89.946,85 €	89.946,85 €	89.946,85 €	95.334,35 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	13.492,03 €	13.492,03 €	22.486,71 €	22.486,71 €	23.833,59 €
Rdo despues de impues	76.454,82 €	76.454,82 €	67.460,13 €	67.460,13 €	71.500,76 €

Anexo XXII – Cuadro-resumen del beneficio después de impuestos para nuestro Escenario 1 (sin financiación ajena)

Nº bodas	116	110	104	99	94
Ingreso/boda	13500				
Total ingreso	1.566.000,00 €	1.485.000,00 €	1.404.000,00 €	1.336.500,00 €	1.269.000,00 €

Anexo XXIII – Ventas en euros/bruto para el Escenario 2.

ANÁLISIS DE UN PROYECTO EMPRESARIAL – BODAS LOWCOST

PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.566.000,00 €	1.485.000,00 €	1.404.000,00 €	1.336.500,00 €	1.269.000,00 €
Gastos explotacion	1.373.850,77 €	1.336.737,65 €	1.290.356,02 €	1.251.625,71 €	1.207.524,72 €
Amortizaciones	9286,388889	9286,388889	9286,388889	9286,388889	3898,888889
Gastos financieros	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €
BAI	178.927,82 €	135.816,86 €	101.790,73 €	73.968,20 €	57.050,07 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	26.839,17 €	20.372,53 €	25.447,68 €	18.492,05 €	14.262,52 €
Rdo despues de impue	152.088,65 €	115.444,33 €	76.343,04 €	55.476,15 €	42.787,56 €

Anexo XXIV– Cuadro-resumen del beneficio después de impuestos para nuestro Escenario 2.

SUELDO TOTAL	S. fijo	Sueldo varibale				
	S.FIJO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	19.000,00 €					
Febrero	19.000,00 €					
Marzo	19.000,00 €					
Abril	19.000,00 €	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €	14.901,92 €
Mayo	19.000,00 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Junio	19.000,00 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Julio	19.000,00 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Agosto	19.000,00 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Sept	19.000,00 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €	24.282,70 €
Octubre	19.000,00 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €	18.212,03 €
Noviembre	19.000,00 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
Diciembre	19.000,00 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €	6.070,68 €
TOTAL SALARIOS FIJOS + VARIABLE		376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €

Anexo XXV– Salarios brutos anuales para nuestro Escenario 2.

TOTAL GASTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €	376.456,77 €
Suministros	19.850,00 €	19.254,50 €	18.676,87 €	18.116,56 €	17.573,06 €
Aprovisionamientos	885.544,00 €	839.740,00 €	793.936,00 €	755.766,00 €	717.596,00 €
Resto gastos fijos	92.000,00 €	101.286,39 €	101.286,39 €	101.286,39 €	95.898,89 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Intereses prestamo	3.935,02 €	3.159,10 €	2.566,87 €	1.619,70 €	526,32 €

Anexo XXVI– Sumatorio de los gastos totales del negocio para nuestro Escenario 2.

PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.566.000,00 €	1.485.000,00 €	1.404.000,00 €	1.336.500,00 €	1.269.000,00 €
Gastos explotacion	1.373.850,77 €	1.336.737,65 €	1.290.356,02 €	1.251.625,71 €	1.207.524,72 €
Amortizaciones	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	9.286,39 €	3.898,89 €
Gastos financieros	- €	- €	- €	- €	- €
BAI	182.862,85 €	138.975,96 €	104.357,59 €	75.587,90 €	57.576,39 €
%	0,15 €	0,15 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Impuesto sobre bº	27.429,43 €	20.846,39 €	26.089,40 €	18.896,97 €	14.394,10 €
Rdo despues de impue:	155.433,42 €	118.129,56 €	78.268,19 €	56.690,92 €	43.182,30 €

Anexo XXVII– Cuadro-resumen del beneficio después de impuestos para nuestro Escenario 2 (sin financiación ajena)