



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo:

**Creación de una empresa comercializadora de
Tomate Ecologico**

Autor/es

Javier Royo Herranz

Director/es

Yolanda Martínez Martínez

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
- MOTIVACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TFG	
II.FORMA JURÍDICA	8
- FORMA JURÍDICA	
- JUSTIFICACIÓN	
- TRÁMITES	
- IMPUESTOS	
III.ANALISIS DEL MERCADO.....	14
- TENDENCIAS DEL MERCADO	
- ANÁLISIS DEL ENTORNO GENÉRICO	
- ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO	
- ANÁLISIS INTERNO	
- ANÁLISIS DAFO	
IV.CLIENTES.....	19
-IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN	
- CLIENTES POTENCIALES	
V.COMPETENCIA	20
-ANÁLISIS COMPETITIVO	
- COMPETIDORES MÁS DIRECTOS	
- SERVICIOS PRESTADOS	
- NIVEL DE PRECIOS	
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN QUE UTILIZAN	
VI.SERVICIO	21
- DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS EL PRODUCTO	
- ACTIVIDADES DESARROLLADAS	
- CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS FRENTE A LA COMPETENCIA	
- CICLO DE VIDA Y SERVICIO	
VII.PRECIO DE VENTA Y SISTEMA DE COBRO	25
- DETERMINACIÓN DEL PRECIO	

- SISTEMA DE COBRO A LOS CLIENTES	
- MARGEN COMERCIAL PREVISTO	
VIII. MARKETING.....	26
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	
- IMAGEN DE LA EMPRESA	
- OBJETIVOS	
IX. PROVEEDORES.....	27
MATERIAS PRIMAS	
- INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPO	
- LOCALES E INSTALACIONES	
- MAQUINARIA, MOBILIARIO, HERAMIENTAS, MATERIAL	
- VEHÍCULOS	
X. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	29
- ORGANIGRAMA	
- PUESTOS DE TRABAJO A CREAR	
- PERFILES PROFESSIONALES	
- GASTOS DE PERSONAL	
- PREVISIONES DE CRECIMIENTO DE EMPLEO	
XI. PLAN ECONÓMICO	30
- PLAN DE INVERSIONES INICIAL	
- SUBVENCIONES	
- PLAN DE FINANCIACIÓN	
- PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
- BALANCE DE SITUACIÓN	
- PUNTO DE EQUILIBRIO	
- INDICES DE GESTIÓN	
VALORACIÓN DEL PROYECTO Y CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA.....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>

RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación se sitúa dentro de la modalidad de Plan de Empresa. Este se basa en la creación de una empresa, ubicada en el municipio de Mallén (Zaragoza), cuyo servicio consiste en la cosecha de tomate ecológico, así como en la distribución de dicho alimento a los pequeños comercios de los pueblos vecinos.

Destaca por ser una idea de negocio innovadora en el sector, dado que no existe en la Comarca del Campo de Borja ninguna empresa que se dedique a lo mismo; además, la mayoría de los cultivos de tomate ecológico están en el norte de España.

Con este panorama, surge el Plan de Empresa “Hermanos Royo”, el cuál va a recoger el análisis de todos los aspectos necesarios para la realización del plan. Asimismo, se espera que sirva de base para la materialización de dicho proyecto a corto plazo.

Palabras clave: tomate, ecológico, plan de empresa, análisis, innovación

ABSTRACT

El proyecto que se presenta a continuación se incluye dentro de la modalidad de plan de negocio. Esto se basa en la creación de una empresa, locales en Mallén (Zaragoza), cuyo servicio consiste en la cosecha de tomate ecológico, así como en la distribución de dichos alimentos a pequeñas empresas de localidades vecinas.

Destaca por ser una idea de negocio innovadora en el sector porque no existe ninguna empresa en la comarca del Campo de Borja que se dedique al mismo.

Con este panorama surge el plan de negocio “Hermanos Royo”, que recogerá el análisis de todos los aspectos necesarios para llevar a cabo este plan. Asimismo, se espera que sirva de base para la materialización de dicho proyecto.

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo Fin de Grado tiene como fundamento el plan de negocio para la puesta en marcha de una empresa. Se trata de una herramienta de trabajo fundamental y necesaria para aquellas personas que quieran emprender. Esta idea nace de la iniciativa propia junto a mi hermano Alejandro Royo debido a la herencia familiar de un terreno agrícola de 1.36 hectáreas, situado en la localidad de Mallén (Zaragoza) y está desarrollado por uno de los promotores, recogiendo diversos factores y objetivos de las áreas que intervienen en el proceso de la creación de una empresa.

A lo largo del proyecto se abordarán las diferentes cuestiones necesarias para crear una empresa, como son el estudio del entorno genérico y específico en el cual se desarrollará la actividad, el plan de marketing para determinar a qué mercado va dirigida la producción, elección de forma jurídica, estudio financiero y económico, análisis de viabilidad... Para realizar correctamente el desarrollo del plan de negocios me he apoyado en los contenidos obtenidos en las asignaturas cursadas a lo largo de los cuatro años del Grado de Economía en la Universidad de Zaragoza.

La experiencia familiar favorece un mayor conocimiento sobre el tema y dada la localización se trata de un nicho de mercado poco explotado, pues sería la primera empresa en comercializar tomate ecológico de la comarca del Campo de Borja. Además, se apostará por la variedad de tomate Jack, cultivo más importante en el norte de España en cuanto a dicha producción. (<https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/cada-vez-hay-mas-tipos-de-tomate-en-el-super-aqui-tienes-la-super-guia>)

Se llevará a cabo la creación de una empresa comercializadora de tomate ecológico, la cual contará desde su inicio con un trabajo y un capital propio. Primeramente, se cuenta con una pequeña explotación que aspira a obtener grandes beneficios y poder exportar a los grandes supermercados de las ciudades. Ofrecer un producto de calidad, incentivar el desarrollo rural, promover el consumo y la divulgación de los alimentos ecológicos son algunos de los objetivos que se quieren conseguir, así como ayudar a la concienciación del mantenimiento y cuidado del medioambiente.

PROYECTO A DESARROLLAR Y ÁMBITO GEOGRÁFICO

La actividad del proyecto está relacionada con el mundo de la horticultura; concretamente, con la producción, distribución y venta del tomate.

Imagen 1. Mapa de la comarca de Borja

Como se puede apreciar en la imagen, la empresa está en la localidad de Mallén, dentro de la comarca del Campo de Borja, Comarca que va a ser el principal centro de acción, la cual cuenta con dieciocho municipios repartidos en todo su territorio.



La elaboración de esta memoria es el primer paso para el desarrollo del proyecto, debido al desconocimiento sobre todos aquellos factores que intervienen en la puesta en marcha de una empresa. Esta estaría destinada para venta directa a restaurantes de las poblaciones de la comarca, la comunidad de Aragón y en algunos casos a clientes particulares que asistieran al centro de cultivo.

En primer lugar es importante mencionar que en la imagen dos se puede apreciar el sello con el que se reconocen los productos ecológicos en Europa. Se trata de una infografía obligatoria que debe aparecer en todas las etiquetas con el código de control, así como si se trata de un producto europeo (**ES-ECO-01-AN, ES-ECO-01-CM, ES-ECO-01-CL**) o proviene de fuera de la Unión Europea (**PE-BIO-178, MA-BIO-178, TR-BIO-178**).

Imagen 2. Sello ecológico UE



Para proteger el medioambiente y la fertilidad del suelo, se han impuesto requisitos para obtener este sello. Algunos de ellos son que los productos no puedan contener aditivos o ser tratados con productos no autorizados por la Unión Europea y que el empaquetado del producto debe ser reciclable.

https://www.ecocert.com/es/detalle-decertification/agricultura_ecologica_en_europa_ce_n_834_2007

EXPERIENCIA PROFESIONAL DEL PROMOTOR

La elección del cultivo de tomate es debida a que se trata de un producto muy consumido por las familias de la zona, su bajo coste de producción, ya que no se debe regar todos los

días y se dispone de material de trabajo, y no hay ninguna empresa que comercialice tomate ecológico cerca de la localidad en la que se encuentra la empresa.

La experiencia viene enseñada desde la juventud, trasladada de padres a hijos durante varias generaciones de nuestra familia; pues se goza de un parentesco que procede de la agricultura y lleva muchos años dedicándose al sector, conociendo las diferentes técnicas y especies hortícolas.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO COMERCIALIZADO

La variedad de tomate 'Jack' es la más importante del norte de España en cuanto a producción. Produce en su mayoría frutos rojos verdosos de gran tamaño, pero también pueden ser naranjas, amarillos o rosas incluso, y tiene un cuello de color verde, su piel es lisa y fina y tiene una pulpa jugosa con buen sabor. Estos son compactos y destacan por la gran cantidad de carne y pocas semillas, pudiendo pesar hasta 750 gramos.

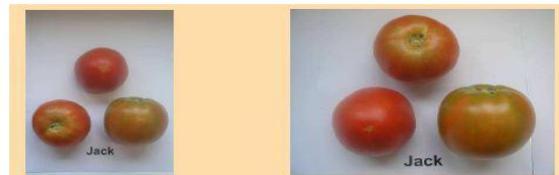
El tomate 'Jack' es una planta sencilla de trabajar porque no echa demasiadas guías y necesita menos atención. La producción se extiende desde principios de verano hasta otoño, al aire libre, y desde abril hasta enero en invernaderos. Esta variedad no se ablanda con facilidad al ser manipulada por lo que en la mayoría de invernaderos que producen tomate trabajen con ella. Además, es muy apreciado en la gastronomía gracias a su aroma afrutado y gran valor de vitamina A y C.

Anexo 1: <https://planetasemilla.es/plantel-de-tomates/165-plantel-de-tomate-jack.html>

Imagen 4a. Características del tomate



Imagen 3. Tomate Jack



II.FORMA JURÍDICA

Para seleccionar la forma jurídica que más se adecúe a nuestra empresa, se deben tener en cuenta algunos criterios principales que son los siguientes:

- Número de socios
- Tipo de actividad
- Tipo de responsabilidad
- Capital social mínimo
- Tipos de socios

Al tratarse de dos autónomos independientes, nos unimos para compartir costes y beneficios por lo que para nuestra empresa elegimos la Sociedad Civil. Se constituye para facilitar su intervención en el tráfico mercantil con la finalidad de obtener beneficios, aportando cada uno de los socios los bienes, dinero o trabajos necesarios.

Las Sociedades Civiles tienen un menor coste en su constitución ya que no hay que realizar escritura pública ante un notario ni inscribirlas en el Registro Mercantil, así como no se requiere aportar un capital inicial mínimo. Sin embargo, se exige un número mínimo de dos personas para su creación, sin obligatoriedad de formalidad especial, salvo un contrato privado.

Anexo 2 <http://www.ipyme.org/publicaciones/scivilcreacion.pdf>

Trámites Obligatorios para establecer una Sociedad Civil:

Tabla 1. Resumen de pasos para constituir una Sociedad Civil

1	Redacción de contrato privado entre las partes.
2	Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales.
3	Solicitud CIF, Declaración Censal e Impuesto de Actividades Económicas.
4	Alta en el Régimen de Autónomos y/o General de socios y trabajadores.
5	Solicitud del Libro de Visitas.

DESCRIPCIÓN DE TRÁMITES:

Tabla 2.resumen ampliado constitución de Sociedad Civil

1.- Redacción de contrato privado entre las partes

Creación de un contrato entre ambas partes, en el cual ponen en común el capital y el reparto de las ganancias.

2.- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales

Es un impuesto que grava la constitución, aumento de capital, fusión, transformación o disolución de una sociedad. Hay que pagar el 1% del capital inicial que se ponga en el contrato.

Documentos a presentar: Impreso modelo 600, original y copia del contrato de constitución.

Lugar: Consejería de Hacienda de la Comunidad Autónoma correspondiente.

Plazo: 30 días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura.

Imagen 5. Constitución de la sociedad

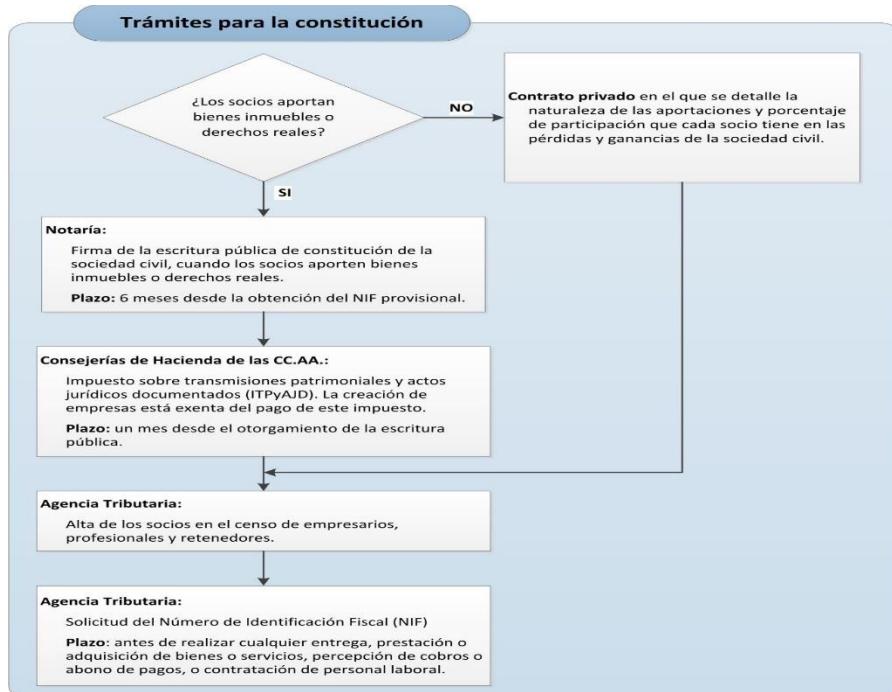


Tabla 3.Tramites fiscales

TRAMITES EN HACIENDA

1.- Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)

Sirve para identificar a la sociedad a efectos fiscales, a diferencia del empresario individual que se identifica con su NIF. En un principio se otorga un CIF provisional para empezar a funcionar, debiendo canjearlo por el definitivo en un plazo de 6 meses.

Para recibir el Código de Identificación Fiscal se debe presentar impreso modelo 036, original y copia simple de la Escritura Pública o del Contrato de Constitución, fotocopia del NIF del solicitante, que ha de ser uno de los socios y liquidación del Impuesto de Transmisiones.

2.- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)

Es un tributo de carácter local, que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional. Se presentarán tantas altas como actividades se vayan a ejercer. A partir del 1 de enero de 2003, están exentos del pago de este impuesto, las personas físicas, las sociedades civiles y sociedades mercantiles, que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros a declaración de alta, modificación y baja del IAE, en caso de sujetos pasivos que estén exentos del mismo por todas las actividades que desarrollen, se llevará a cabo a través del modelo 036 (Declaración Censal). En caso de que cualquiera de sus actividades tribute en el IAE, presentará el modelo 840.

Documentos a presentar: Si está exento de pago, se hará a través del modelo 036 de Declaración Censal. En otro caso, debe presentarse el Modelo oficial 840 debidamente cumplimentado, NIF para el empresario individual, CIF para Sociedades, NIF para el apoderado

Plazo: 1 mes desde el inicio.

Lugar: Administración o Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria correspondiente al lugar en que se ejerza la actividad.

3.- Declaración censal (IVA)

Es la declaración de comienzo, modificación o cese de actividad, que han de presentar a efectos fiscales los empresarios, los profesionales y otros obligados tributarios. En el caso de entidades en régimen de atribución de rentas (Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes), la entidad deberá presentar un único modelo 036 de declaración inicial de alta, consignando en la misma el nombre de los socios o partícipes. En caso de modificarse la composición, se deberá comunicar tal circunstancia mediante una declaración de modificación. Además, cada socio o partícipe deberá presentar una declaración censal para comunicar las obligaciones tributarias que se deriven de su condición de miembro de tales entidades.

Documentos a presentar: Modelo oficial 036, NIF o CIF (para sociedades) y Alta en el IAE

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Imagen 5. Modelo 303 IVA

TRÁMITES EN EL MINISTERIO DE TRABAJO

1.-Afiliación y alta en el Régimen de Autónomos

Es un régimen especial de la Seguridad Social obligatorio para trabajadores por cuenta propia y para los socios trabajadores de sociedades civiles y mercantiles, que dependiendo de los casos, deben darse de alta en este régimen o en el General.

Documentos a presentar: Documento de afiliación, Parte de alta de asistencia sanitaria, Parte de alta de cotización por cuadriplicado, Fotocopia del alta en el IAE, Fotocopia del DNI para el empresario individual y del contrato y CIF si se trata de una sociedad, en el caso de tratarse de un profesional Colegiado, certificado del colegio correspondiente.

El Alta deberá comunicarse con carácter previo al inicio de la actividad y hasta 60 días antes. Hasta tres veces al año, cuando el Alta se solicite con carácter previo y el inicio de la actividad sea distinto del primer día del mes, el interesado podrá optar entre que la efectividad del Alta sea la del inicio de la actividad, o bien, la del día primero del mes. El resto de las altas en el año tendrán la efectividad del día primero del mes del inicio de la actividad.

2.- Comunicación de Apertura del centro de trabajo

Deben realizarla aquellas empresas que procedan a la apertura de un nuevo centro de trabajo o reanuden la actividad después de efectuar alteraciones, ampliaciones o transformaciones de importancia.

Documentos a presentar: Modelo oficial por cuadriplicado con los datos de la empresa, datos del centro de trabajo, datos de la plantilla, datos de la actividad que se desarrolla.

3.- Solicitud del Libro de Visita

El libro de Visita es obligatorio para todas las empresas y autónomos, aunque no tengan trabajadores a su cargo, y debe presentarse ante una posible Inspección de Trabajo. Debe tenerse uno por cada centro de trabajo.

Plazo: Antes de empezar la actividad.

TRÁMITES EN AYUNTAMIENTO

1.- Licencia de actividades e instalaciones (Apertura)

Es una licencia municipal que acredita la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable. Sólo debe solicitarse cuando va a abrirse un local.

Las actividades se dividen en "Inocuas" (aquellas que no producen molestias ni daños - son más fáciles de conseguir y más baratas) y "Calificadas" (aquellas que pueden resultar molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, y que por lo tanto son más difíciles de conseguir y más caras)

Documentos a presentar: Impreso normalizado, Alta en el IAE, Contrato de arrendamiento o escritura de propiedad del local, NIF del solicitante o escritura de sociedad y CIF, Memoria descriptiva de la actividad y del local, Planos de planta y sección del local, Plano o croquis de la situación del local, Presupuesto de las instalaciones. Además si la actividad es Calificada será necesario un Proyecto de las instalaciones firmado por Técnico competente, visado por el Colegio Profesional correspondiente y con Dirección facultativa, que incluya: Planos, Presupuesto y Memoria.

Una vez concedida la licencia de apertura, las actividades calificadas deben solicitar la Licencia de Funcionamiento.

Plazo: Antes de abrir el local. Una vez concedida la actividad debe comenzar dentro de los 6 meses siguientes a la concesión de la licencia.

IMPUESTOS

Se tributará en el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en el nombre de la sociedad como cualquier otro contribuyente que realice actividades sujetas al impuesto.

En lo que respecta al IRPF, como entidad en atribución de rentas, no tributa directamente sino que lo hacen los socios por los rendimientos obtenidos.

En lo que conveniente a la cotización la *Orden TMS/83/2019, de 31 de Enero de 2019 Indica que* la base de cotización para los trabajadores autónomos que, a 1 de enero de 2019, sean menores de 47 años de edad será la elegida por estos, dentro de los límites que representan las bases mínima y máxima siendo la base mínima (944,40 euros) y máxima (4.070,10 euros).

Anexo3:<https://sede.seg-social.gob.es/wps/wcm/connect/sede/14116ee8-73ff-4c32-b45d-6088235b8d1d/Manual+de+Ayuda.+Alta+en+RETA+v3.pdf?MOD=AJPERES&CVI=D>

III. ANALISIS DEL MERCADO

TENDENCIAS DEL MERCADO

Según datos de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica, la facturación de estos productos se ha duplicado hasta situarse en 600 millones de euros anuales.

Anexo4:https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-ecologica/marketing_tcm30-79380.pdf

En España, el mercado ecológico tiene un gran recorrido alcista con viento a su favor. Es el segundo país europeo productor de alimentos ecológicos, por detrás de Alemania, y el octavo del mundo, exportando el 85% de ellos. Y es que el consumo nacional todavía no llega al 1% de la cesta de la compra, frente al 5% de países como Alemania, Francia o Italia. En la imagen extraída del Ministerio de Agricultura se muestran los mayores mercados de comida ecológica. España se sitúa como la décima potencia comercializadora de productos ecológicos.

Imagen 6. Ranking de consumo productos ecológicos

En el mundo, Estados Unidos consume el 51% de los productos ecológicos disponibles, la Unión Europea el 45% y el resto de países se reparten el otro 4%. Más de un 20% del consumo total lo acaparan las frutas y verduras.



ANÁLISIS DEL ENTORNO GENÉRICO

El objetivo de este apartado es identificar los factores que puedan afectar a la actuación de la empresa. A través del análisis PESTEL (instrumento de planificación estratégica que define el contexto de una empresa, analizando una serie de factores que influyen en la actividad de la misma) se obtiene un diagnóstico de la situación del entorno, lo que nos permitirá detectar las amenazas y las oportunidades.

- Factores políticos
- Factores económicos

En los dos apartados recién mencionados se deben englobar las políticas desarrolladas en el país, los niveles de pobreza del entorno, los índices de desigualdad, el desarrollo económico, el acceso a recursos de sus habitantes y la forma en que todos estos elementos afectan a nuestra empresa.

- Factores sociales

También debemos incluir la cultura, la religión o creencias, clases sociales y los papeles asignados en función del género. Cuanto más definida esté la sociedad en la que se va a desarrollar nuestra empresa, más posibilidades de tener éxito tendremos.

- Factores tecnológicos

Aquí se deben tener en cuenta la posibilidad de acceso de las personas a las herramientas informáticas, pues determinan hoy en día el alcance de un negocio y las posibilidades que tiene de integrarse en el entorno.

- Factores jurídico-legales

Conocer y cumplir la legislación sobre los factores que puedan influir en nuestro proyecto.

- Factores ambientales

Preservar el entorno y el medioambiente. Tener en cuenta los efectos del cambio climático, la contaminación, probabilidad de desastres naturales... Además de conocer la legislación que regula la actividad de nuestra empresa en este ámbito, pues mantenemos contacto directo con los recursos naturales y materias primas para el desarrollo de la actividad de nuestra empresa.

El incremento de superficie experimentado en agricultura ecológica, así como del número de productores y elaboradores, tanto en el ámbito nacional como en el Aragonés, no se ha traducido en un aumento apreciable en el consumo de los alimentos ecológicos en general.

Para favorecer la producción y el consumo ecológico en España, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) diseñó el Plan Estratégico para la Agricultura Ecológica en España para el periodo 2018-2020 (Madrid 2018), que tenía entre sus objetivos principales: 1) Reconocer la importancia que tiene la producción ecológica en un doble sentido; como agricultura sostenible que contribuye al cuidado del paisaje y del medio ambiente y como sistema que produce alimentos de calidad diferenciada, 2) Consolidar el desarrollo de la producción e industrialización como una opción atractiva para productores y elaboradores convencionales, 3) Conceder un papel fundamental en toda la cadena a la formación en relación al método de producción ecológico y 4) Incrementar la confianza del consumidor en los productos ecológicos mediante información, formación, promoción y control.

ANEXO6:https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-ecologica/estrategiaproduccionecologica2018-2020_tcm30-440543.pdf

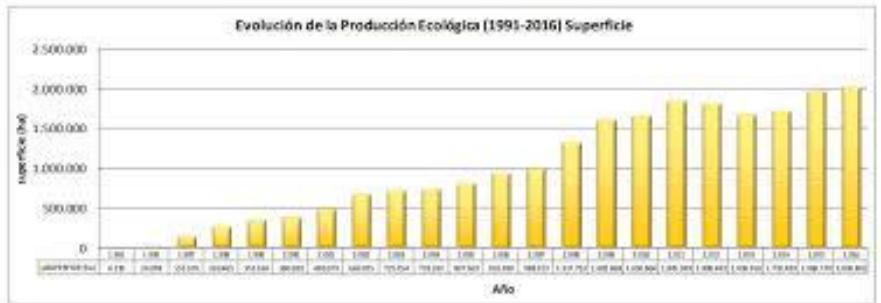
Los productos ecológicos cada vez cuentan con más adeptos, a pesar de que su precio en supermercados suele ser más elevado que los convencionales, debido a que su producción es menor y no se pueden utilizar toda clase de fitosanitarios durante su cosecha. Estos últimos están muy restringidos debido a que los fitosanitarios que se pueden utilizar para seguir produciendo productos ecológicos están recogidos en la norma UNE 315500:2017 dictada por el ministerio de agricultura pesca y alimentación. Este último factor hace que se deseche gran parte de los productos contaminados por alguna plaga o enfermedad.

En cuanto al producto conseguimos que sea más favorable para el medioambiente y de máxima calidad para el consumidor. Su proceso de producción lo respeta y conserva la fertilidad de la tierra. En ésta última década tienen numerosas salidas: concentrados, zumos, salsas como el kétchup, pulpa, tomate triturado, tomate pelado, confitura... Los tomates no ecológicos están presentes en el comercio durante todo el año.

En nuestro caso solo podremos llevar a cabo la producción durante 9 meses, repartidas en tres cosechas, debido a que consideramos necesario dejar en barbecho una parte de la tierra de cultivo.

Puede observarse en la imagen el incremento de la producción de productos ecológicos en España desde el año 1990.

Imagen 7. Evolución producción ecológica



ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO

Michael Porter diseñó un modelo de gestión empresarial para investigar el nivel de competencia a través de cinco fuerzas. Esto nos permite conocer la competencia que tiene el sector en el que nos movemos. En primer lugar, hay que desarrollar la visión de la empresa. Después se establece la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa.

- Rivalidad entre las empresas: resultado de las otras cuatro fuerzas. En función de la rivalidad que haya entre la competencia, obtendremos una rentabilidad en el sector mayor o menor.
- Poder de negociación de los clientes: si el mercado tiene pocos clientes, corremos el riesgo de que estén bien organizados y consensuen el precio que deben pagar. Esto puede ser una amenaza para la empresa.
- Poder de negociación de los proveedores: al tratarse de un nicho poco explotado en nuestra zona, su poder negociador es alto y no podemos presionar a los proveedores para que nos bajen el precio.
- Amenaza de productos sustitutivos: respecto al servicio que ofrecemos de tomates ecológicos, existen claramente otros servicios sustitutivos que pueden amenazar nuestra producción.

-ANALISIS DAFO

El análisis DAFO es una herramienta muy importante que se utiliza para conocer la situación real de nuestra empresa, analizando las características internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas).

-Debilidades:

Producir un solo producto.

Cuantías de ayudas públicas muy superiores en otros países de la UE. Somos una empresa nueva.

El precio superior en relación a los productos no ecológicos.

- Fortalezas:

Nuestros tomates cuentan con el sello de “Agricultura Ecológica de Aragón”.

La gran calidad del producto y su fácil identificación. Sensibilidad creciente de la sociedad hacia los productores ecológicos.

Dificultad por parte de nuestros competidores de pasar a tener productos ecológicos.

- Amenazas:

La competencia existente.

Falta de regulación de los alimentos agroalimentarios posibilitando así la entrada de fraudes al mercado.

Predominio de canales de distribución largos o en manos de grandes grupos de distribución que alejan al productor del consumidor.

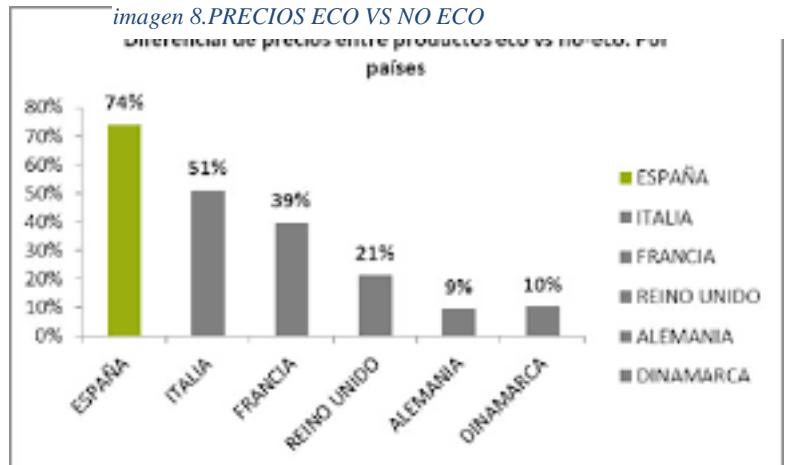
El nuevo acuerdo entra la UE y Marruecos.

Anexo6:https://www.mapa.gob.es/images/es/bne41717marruecosag_tcm30-499976.pdf

- Oportunidades:

Alto grado de profesionalidad de los promotores.

Sistema capaz de acercar al consumidor el conocimiento del medio agrario y el origen de los alimentos que consume. Gran grado de experiencia de los promotores. Posibilidad de expansión de la empresa.



IV. CLIENTES

IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN

Durante la primera etapa de la empresa se prefiere trabajar con un solo tipo de cliente: restaurantes de la comarca Campo de Borja y comarcas vecinas. Dicha decisión nos ahorra costes de distribución, pues podremos repartir la mercancía nosotros mismos debido a la proximidad a nuestro lugar de residencia. En esta primera hay un total de 117 restaurantes y bares con la licencia necesaria para ofrecer el servicio de comida. Para empezar nuestros productos irán destinados a los restaurantes puesto que queremos que nuestros tomates se degusten en lugares gastronómicos, donde puedan apreciar la calidad del producto.

Actualmente, cada vez más, los restaurantes españoles prefieren comprar productos de calidad apostando por alimentos ecológicos, ahorrándose los tiempos de refrigeración de la hortaliza que conlleva un desgaste en su calidad. Si el consumidor no recibe una idea clara del producto ecológico, este difícilmente alcanzará todo su potencial en el mercado elegido. Es necesario adaptar la definición a su mentalidad, y para ello podemos apoyarnos en lo que nos dice cuando se le pide opinión.

Conviene llamar la atención sobre dos aspectos importantes:

- La alusión mayoritaria al concepto “alimento natural”, que puede ser un elemento aglutinador de la idea de producto ecológico, pero también un factor de confusión si se asocia directamente “ecológico” con “natural”.

- La proporción significativa de conceptos que se asocian al producto ecológico sin relación con él (alimentos integrales, dietéticos, transgénicos...), lo que indica importantes carencias de conocimiento en una parte de la población.

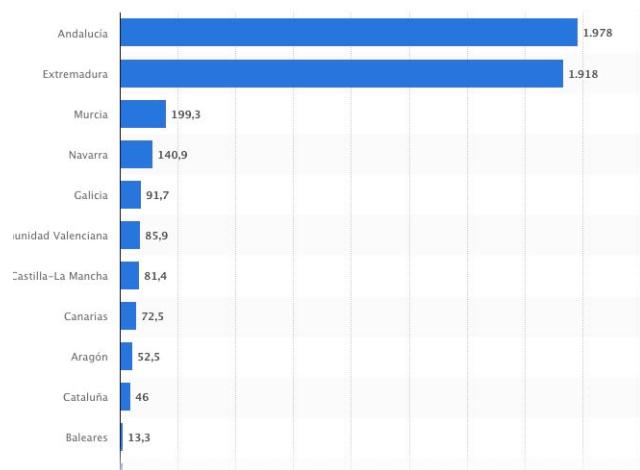
Anexo 7: https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-ecologica/marketing_tcm30-79380.pdf

V.COMPETENCIA

ANALISIS COMPETITIVO

La mayoría de los tomates vendidos en los supermercados proceden de los mismos sitios, casi todos de huertas de Almería, lo que supone un mayor coste para las grandes superficies debido al transporte, almacenamiento y pérdidas de producto. La competencia traspasa fronteras gracias a la globalización y es posible encontrar en nuestros mercados frutas y hortalizas procedentes de Marruecos y otros países.

Imagen 9. Producción de Tomate en España

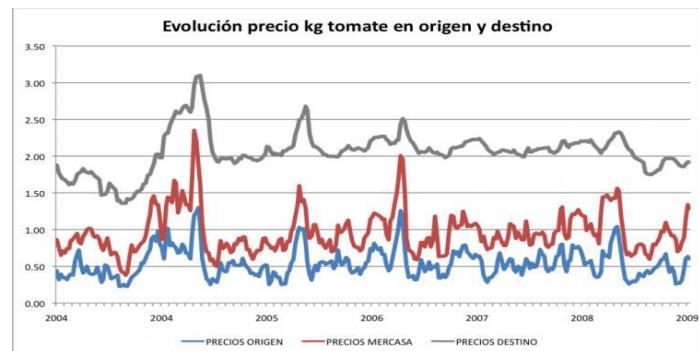


NIVEL DE PRECIOS

Dentro del mercado ecológico hay una gran variedad de precios según el tratamiento, la superficie, especialización, calibre, calidad, almacenamiento, transporte... Los precios de los tomates oscilan desde el 1,70€/kg de “Huertas de Almería”, pasando por los 1,50€/kg en “Huertas de Murcia”.

Además, destacar que el precio del Tomate ecológico va al alza.

Imagen 11 a. precio del tomate desde el origen Imagen 10. Diferencias precios origen y final



VI. SERVICIO

DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

La producción ecológica es un sistema general que gestiona la producción de alimentos y cumple con las preferencias de un grupo de consumidores que demandan productos obtenidos de manera natural respetando el medioambiente, la biodiversidad y preservación de los recursos y el bienestar animal. Para que los alimentos que compramos en el supermercado cuenten con el etiquetado “eco” y “bio” deben cumplir estrictamente la normativa. Su identificación viene facilitada por la hoja verde, logotipo de la producción ecológica que se puede observar en la próxima imagen 14.

Los tomates de nuestra producción cumplen todos los requisitos para obtener el sellado ECOAGROCONTROL, S.L., entidad de Certificación de producto agroalimentario autorizada por la Autoridad Competente para desarrollar el control y evaluación del sistema de certificación que desempeña, de acuerdo con la legislación aplicable y la Norma UNE-EN ISO/IEC 17065 "Requisitos para organismos que certifican productos, procesos y servicios" en su edición vigente. En base a ella, *Imagen 12.pegatina Agrocontrol* se establecen nuestros compromisos de actuación que son marco de referencia para el funcionamiento de la Entidad, cumplimiento de nuestra Política de Calidad y logro de una mejora continua. Además, también contaremos con el sello ecológico de Aragón(*Imagen 15*).



A partir de plántulas de un mes de tiempo aproximadamente, obtenemos con un cultivo en suelo, en invernadero y con todas las normas de cultivo ecológico, un tomate de ensalada de gran calidad, de la variedad Jack.

Por lo tanto, de acuerdo con la normativa europea, los alimentos deben cumplir las siguientes características para obtener dicha etiqueta:

- Ser procedente de la agricultura ecológica
- Producido sin sustancias químicas (pesticidas, fertilizantes, herbicidas).
- Obtenido respetando el ritmo de crecimiento.
- Elaborado sin aditivos, colorantes, saborizantes o aromas.
- Producido sin organismos modificados genéticamente.
- Certificado por un organismo de control o autoridad de control.

“La Agricultura Ecológica en Aragón se organiza a través del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica (CAAE), que se creó por Orden de 20 de abril de 1995 del Departamento de Agricultura Ganadería y Montes de la Diputación General de Aragón (BOA nº 54), actualmente regulado por la Ley de 9/2006 de 30 de noviembre, de Calidad Alimentaria en Aragón para desarrollar en el territorio de la Comunidad Autónoma, los sistemas de

Imagen 13.Pegatina Producto agrícola en Aragón



producción ecológica en base al Reglamento comunitario 2092/1991, derogado por el Reglamento (CE) nº 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y desarrollado por otras disposiciones reglamentarias.”

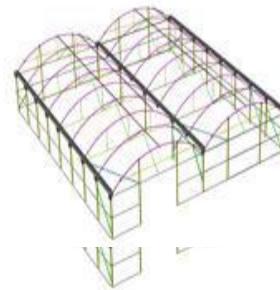
Anexo 9: <http://caaeearagon.com>

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

La empresa se encarga del engorde de la plántula, del fruto, su recogida y de la venta de éste al establecimiento.

Imagen 14. Plano del invernadero

Con la plantación de la plántula de tomate en el suelo, dispondremos las tomateras en filas a lo largo del invernadero con espacio suficiente para su crecimiento. Indicar que el invernadero no es de propiedad, sino que está arrendado, lo cual supone un coste.



La densidad final de la plantación resulta de 2 plantas/m². Se aplicarán todas las podas y enmiendas necesarias para el buen crecimiento de los tomates. El rendimiento de la planta de tomate varía mucho según especie y técnicas de cultivo, de 800gr/planta hasta 10kg/planta, con la elección de nuestra variedad y teniendo en cuenta que en invernadero es más intensivo, calculamos un rendimiento medio de 5kg/planta, 1m²/ 8-10kg.

Se hará la selección y recogida manual en cajas que serán recogidas y vendidas por nosotros mismos.

Durante el 4º trimestre no se producirá, ya que el rendimiento por el clima será menor, y así se puede crear un espacio libre e ir aplicando una rotación en el cultivo que permita un tiempo de descanso a la tierra para su abonado y aireado entre otras tareas.

Los restos de las podas, desechos vegetales y los tomates con taras irán a compostaje, siempre que no estén infectados de alguna plaga u hongo por lo que entonces habría que quemar.

CARACTERISTICAS DIFERENCIADORAS FRENTE A LA COMPETENCIA

Lo que la distingue es que vendemos un producto durante las tres cuartas partes del año de una gran calidad y obtenido de manera natural y ecológica. Mientras que los competidores, las grandes empresas de tomates no ecológicos, producen durante todo el año, explotando al máximo su producción sin tener en cuenta la calidad, sino la productividad.

Nuestros tomates cumplirán los requisitos para los sellos que le serán otorgados, el sello de “Control de Calidad” y de “Agricultura Ecológica de la Comunidad de Aragón” otorgado por Ecoagrocontrol S.L en el año 2020.

Pretendemos crear una marca de referencia, fácil de reconocer por los clientes gracias al simpático logo del tomate con capa y su particular embalaje. Aunque esto tendrá que esperar, ya que como hemos dicho anteriormente nos centramos en los bares y restaurantes, La oferta de nuestros productos a particulares dependerá de su aceptación.

Imagen 15. Ciclo de vida del Tomate



CICLO DE VIDA Y SERVICIO

La producción de tomate sería trimensual, lo sincronizaremos con los encargos durante todo el año. Destacando el tercer trimestre, en el cual tenemos mucho mas trabajo, ya que los encargos son superiores, debido a que la gente que vive en las ciudades vienen a veranear a sus segundas residencias, y con ello aumenta la clientela de los servicios hosteleros y como consecuencia el consumo de nuestros productos.

En cuanto al servicio, nosotros mismos nos ocuparemos de transportar los productos desde el invernadero hasta el lugar de destino en el mismo día, con el fin de que los productos lleguen frescos y nuestros clientes perciban que están comprando un producto diferenciado y de calidad.

El servicio de entrega se hará a través de una furgoneta homologada para el transporte de alimentos, dicha furgoneta será comprada, y pasara a ser propiedad de la sociedad, o que será una inversión.

Nuestros clientes nos tendrán que avisar por WhatsApp o bien con una llamada telefónica por lo menos con un día de antelación, con el objetivo de recoger los kilogramos de tomates necesarios para el siguiente día, así se desechará el mínimo tomate, ya que no contamos con cámaras frigoríficas y además planificaremos una ruta, con el objetivo de no hacer más kilómetros y así ahorrar en gasto de combustible.

VII. PRECIO DE VENTA Y SISTEMA DE COBRO

DETERMINACION DEL PRECIO

En el precio con el que irá cargado nuestro producto, influyen varios factores, el precio de compra de las plántulas, el cual llevaremos una estrategia con nuestro proveedor de raapel sobre compras, el coste de producción y mantenimiento, los precios impuestos por la competencia y el mercado. Por ello se buscará unos precios competitivos pero rentables para nuestra explotación.

Otro punto desconcertante del sector es que el tomate, el ecológico, varía mucho en precios según explotaciones, métodos de tratamientos, especies y variedades, calibre, época, cantidad de producción, por lo que ha sido arduo realizar una media.

Tras haber realizado un análisis de mercado en las empresas productoras y los gastos acaecidos, fijamos el precio en 2€/kg.

SISTEMA DE COBRO

La entrega del producto se formalizará mediante albaranes conformados por el cliente. Mensualmente se recogerán estos albaranes en una sola factura que determinará la cantidad a pagar por el cliente. La forma de pago será mediante cheque bancario a emitir a los 30 días de fecha de factura. Dado que los pagos se han acordado con nuestros proveedores a 60 días, se genera un cash-flow positivo. Este margen financiero nos supone un gran ahorro, al no estar obligados a recurrir a líneas de descuento u otras formulas financieras de descuento.

Si fuera preciso, aunque no se prevé, se podría conseguir una financiación extra mediante el *factoring*, que consiste en la venta o cesión de crédito de nuestras facturas a una entidad bancaria, las cuales nos serían abonadas al instante y consiguiendo un circulante inmediato.

VIII. MARKETING CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se preparará de acuerdo con una empresa de marketing un atractivo “puesto de venta” en el que presentar el producto ante el cliente del restaurante o en algún caso cliente particular. Tales como ferias hosteleras, catálogos o folletos informativos y una web de empresa.

En este punto de venta se destacan las propiedades de nuestro producto ecológico y las ventajas de éste frente a los productos ordinarios.

Todo ello con un diseño sencillo, moderno e identificativo de nuestra marca.

Esto potenciará la venta de nuestro producto, fidelizará al cliente y marcará la diferencia del mismo, tanto con normales como con posibles competidores de otros productores ecológicos.

IMAGEN DE LA EMPRESA

Se quiere dar la imagen de empresa joven y responsable.

Imagen 16. Embalaje tomate

Por lo que respecta a la imagen, se contratará a la empresa “Ingessi 2009” de Mallén, Zaragoza, que se encargará de los trípticos, de los stands y de toda la papelería necesaria, tales como: publicidad, hojas, facturas,...

Creemos que es fundamental la imagen de la empresa, y para ello hemos decidido que al igual que nuestro producto de calidad y nuestro trato cercano con nuestros clientes, los embalajes de nuestros productos sean distintos, con el fin de minimizar la perdida de producto en el



transporte y distinguibles a simple vista, con ello podríamos aumentar el nivel de ventas una vez conozcan el producto.

OBJETIVOS

El objetivo principal es el crecimiento de la empresa, tanto en lo económico como en lo profesional.

A corto plazo:

- Recuperar las inversiones.

A largo plazo:

- Establecerse en el mercado como marca referente.
- Apoyar al sector de la producción ecológica.
- Aprender y mejorar sobre el cultivo y la producción ecológica mejorando así nuestra calidad.
- Fomentar el consumo de alimento ecológico.
- Buscar nuevos y mejores proveedores y clientes.

IX.PROVEEDORES

MATERIAS PRIMAS

Gracias a un contrato acordado con Viveros Julio Blasco , éste nos proporcionará las plántulas (de un mes de tiempo), el abono y los fitosanitarios reglamentarios para el cultivo ecológico.

La elección de este proveedor es debida a que es nuestro vivero mas cercano, a escasos 5km, y según los agricultores de la zona posee fama de buenas semillas y plantas.

Imagen 17. ubicación proveedor



Los pagos se realizarán mediante cheque bancario a emitir a los 60 días de fecha de factura.

I. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPO

LOCALES E INSTALACIONES

Contamos con un terreno de 1,36 has. En el pueblo de Mallén y disponemos de 1 caseta con 2 almacenes de obra, de aproximadamente, 150 m², y un invernadero de 2.000 m² de material plástico. Todo esto indicar que no es propiedad de la empresa, sino que es arrendado, mediante un contrato duradero de 25 años y con posibilidad de compra al 5 año. Ya que comprarlo nada mas crear la empresa, suponía una inversión de capital bastante importante.

MAQUINARIA, MOBILIARIO, HERAMIENTAS, MATERIAL

Para la instalación hemos comprado un sistema de riego formado por depósitos, bombas, filtros, tuberías, emisores, electroválvulas, tomas, todo con su debido equipo informático y su software. (Sistema de riego automatizado). El cual riega siempre a las mismas horas del día y supone un ahorro de agua importante.

Herramientas de reparación, como pueden ser destornilladores, martillo, alicates etc.

Herramientas de trabajo: Azadas, palas, tijeras, cubos, carretillos y demás herramientas.

Cajas de plástico con nuestra serigrafía para transportar la fruta.

Tutores y alambres para la plantación.

Hemos comprado un motocultor de la marca Honda para procesar el terreno en descanso.

VEHICULOS

Hemos dotado a la empresa de un vehículo para la recogida de plántulas, abonos y fitosanitarios y el transporte del producto a su destino.

EL vehículo en cuestión es un Renault Traffic furgón, de puerta corredera a la dcha. y dos puertas atrás. Su función es recoger las plántulas, abonos y fitosanitarios, así como cualquier otra cosa que surja y enviar nuestros productos a los clientes. Indicar que la furgoneta tuvo que pasar una inspección por el órgano sanitario, ya que es obligatorio que nos dieran su conformidad para transportar alimentos perecederos.

X.ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

PUESTOS DE TRABAJO A CREAR

Las funciones se repartirán por igual al ser los dos promotores los únicos trabajadores continuos.

Funciones:

- Recogida del material
- Plantado
- Control de la plantación
- Limpieza y mantenimiento
- Atención al cliente
- Administración y gestión

Si la empresa aumentase en clientes, terrenos, etc., podría contratarse a alguien para el laboreo y recogida de la producción, aunque ello no esté previsto.

COSTES DE PERSONAL

En esta sección contamos únicamente con los salarios de los dos promotores:

1.200 € mensuales cada uno.

XI. PLAN ECONÓMICO

Tabla 4b. plan de inversion inicial

PLAN DE INVERSIONES INICIAL

El terreno es de Alejandro Royo Herranz, uno de los socios, y las instalaciones como son la nave esta alquilada.

- Invernadero
- Sistema de riego automatizado
- Motocultor Honda
- Furgón Renault Traffic
- Aperos (herramientas de trabajo y reparación)
- Cajas de transporte
- Publicidad

<i>Invernadero 5.020,00 €</i>
<i>Aperos 830,00 €</i>
<i>Sistema de riego 3.480,00 €</i>
<i>Cajas plástico 2.000,00 €</i>
<i>Motocultor Honda 1.390,00 €</i>
<i>Furgoneta Traffic 18.800,00 €</i>
<i>Publicidad 670,00 €</i>
<i>TOTAL 32.190,00 €</i>
<i>Meses en 3 años 36,00 €</i>
<i>Pago mensual con intereses 10% 983,58 €</i>

Todo ello sumado crea un gasto de 32.190€, pagado con un préstamo solicitado al “Banco Santander” por el mismo importe: “treinta y dos mil ciento noventa” €, 32.190€

I.- DISPOSICIONES GENERALES

Está destinado a mejorar la competitividad de nuestras empresas, impulsando su capacidad para crecer y, con esto, la creación y la consolidación del empleo.

- **Abonos de cuotas de la seguridad social.**
- **Ayudas al asesoramiento y la tutorización.**
- **Plan de autoempleo - Consolidación de Proyectos.**
- **Plan de autoempleo - Inicio de Actividad.**
- **Objetivo:**

Apoyar el desarrollo sostenible de las zonas rurales de la Comunidad Aragonesa, así como responder a la creciente demanda de la sociedad de servicios ambientales y de la necesidad de la implantación de técnicas respetuosas con el Medio ambiente. Fomentando que los agricultores y ganaderos sirvan a la sociedad, introduciendo o manteniendo métodos de producción agrícola compatibles con la protección y la mejora del ambiente, el paisaje y sus características, los recursos naturales, el suelo y la diversidad genética

Destinatarios:

- Las Agrupaciones de personas físicas o jurídicas, las comunidades de bienes o cualquier otro tipo de unidad económica o patrimonio separado que, aún careciendo de personalidad jurídica, reúnan los requisitos previstos.
- Aquellos titulares de explotaciones agrarias que cumplan con los requisitos exigidos

Requisitos exigidos:

- a) Dispongan de superficie de cultivo o explotación ganadera en el territorio Aragonés
- b) Presenten una solicitud anual de pago durante toda la duración del acuerdo de compromisos agroambientales conforme a los modelos y plazos establecidos en la correspondiente Orden
- c) Se obliguen a cumplir en su explotación agraria los compromisos agroambientales generales, así como el específico correspondiente.

Importes de las ayudas:

- Cítricos 535 Euros/Ha (tomates)

ANEXO7: <https://adelante-empresas.castillalamancha.es/adelante/creacion/microempresas-y-autonomos>

PLAN DE FINANCIACIÓN

Está fijada la devolución del préstamo a “Banco Santander” en un plazo de 36 meses con un interés fijo al 2.75%.

En el plan de financiación así como en la contabilidad detallada, no se han tenido en cuenta las subvenciones, pues éstas pueden llegar a tardar de 8 meses a 2 años en ser recibidas y además, solo debieran ser unas ayudas y no un dato sobre el que se apoye la sostenibilidad de la empresa, por lo que sólo las aplicaríamos en el balance de situación, contando con que hayan llegado, considerándolas en ese momento como Ingresos extraordinarios del ejercicio.

Tabla 5a. costes fijos

PÉRDIDAS Y GANANCIAS

COSTES FIJOS

- Alquiler nave
- Seguro agrícola
- Luz
- Agua
- Sueldos
- Pago préstamo
- Amortizaciones

COSTES FIJOS Mes

Alquiler	950,00 €
Seguro agrícola	120,00 €
Autonomos x2	715,20 €
Luz	125,00 €
Agua	300,00 €
Sueldo x2	2.400,00 €
Pago préstamo	983,58 €
Amortizaciones	
- invernadero 8%	33,47 €
- aperos 25%	17,29 €
- sistema de riego 10%	29,00 €
- cajas plástico 25%	41,67 €
- motocultor Honda 12%	13,90 €
- furgoneta Traffic 12,5%	195,83 €
	5.924,94 €

COSTES VARIABLES

Los costes variables, calculados por toneladas métricas de abonos, fitosanitarios, se han estimado en comparación con explotaciones de similares características, o partes de estas explotaciones, que corresponderían con nuestra área de cultivo. Aun así, las cifras son aproximadas debido a la variedad de precios, productos, marcas, etc.

Tabla 6. costes variables

- Abonos – 110,5€/tm
- Tutores – 25 €/tm
- Fitosanitarios – 200,37€/tm.
- Plántulas

Para calcular los costes de plántula por tm., lo hemos calculado así:

Cada plántula nos cuesta 0,10€, si cada planta produce una media de 5 kg

$$0,10/5 = 0,02\text{€/kg} \quad 0,02 \times 1000 = 200\text{€/tm}$$

COSTES VARIABLES x Tm

Abonos	110,05 €
Plántulas	200,00 €
Guias/tutores	25,00 €
Fitosanitarios	200,37 €
Agua	100,00 €
Gasoil	35,00 €
	670,42 €

- Gas-Oil - 35€/tm

Para el gasoil, se ha hecho una cuenta estimada: no habrá largos viajes y se usará a diario. Asimismo ya que el precio del gasoil es muy variable, no nos atrevemos a hacer una estimación precisa.

- Agua – 100€/tm

Si bien el consumo de agua aparece reflejado en los costes fijos, esta es la cantidad fija a pagar mensualmente.

El consumo de agua en costes variables corresponde a las variaciones que, por clima u otras situaciones, pudiese darse y que estaría previsto en este punto.

VENTAS

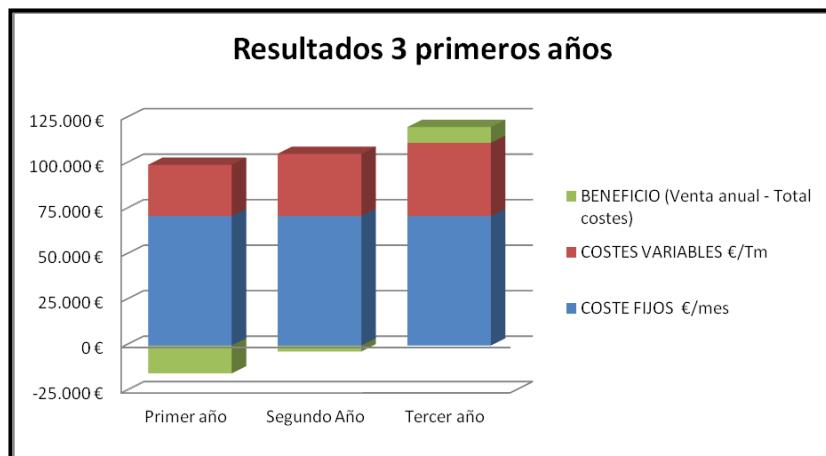
El cálculo estima qué producción tendremos anualmente, así como su valor para luego poder aplicarlo a los costes totales de la explotación, revelando el beneficio final.

Se puede apreciar el incremento anual del 15 % de la producción.

Tabla 7.estimación de ventas

VENTAS								€ totales cosecha anual
	m ² Superf	plantas/m ²	kg/un.planta	kg cosecha	cosechas al año	kg/año	Precio x kg	
Variación anual en superficie								
70 por ciento %	1.400,00	2,00	5,00	14.000,00	3,00	42.000,00	2,00 €	84.000,00 €
85 por ciento %	1.700,00	2,00	5,00	17.000,00	3,00	51.000,00	2,00 €	102.000,00 €
100 por ciento %	2.000,00	2,00	5,00	20.000,00	3,00	60.000,00	2,00 €	120.000,00 €

BENEFICIOS				
		Primer año	Segundo Año	Tercer año
	mes			
COSTE FIJOS €/año		5.924,94 €	71.099,30 €	71.099,30 €
COSTES VARIABLES €/Tm		670,42 €	28.157,64 €	34.191,42 €
TOTAL COSTES			99.256,94 €	105.290,72 €
BENEFICIO (Venta anual - Total costes)			-15.256,94 €	-3.290,72 €
				8.675,50 €
		trimestre	-3.814,24	-822,68
				2.168,88



BALANCE DE SITUACIÓN

El Activo está compuesto por el conjunto de bienes y derechos de los que es titular la empresa, así como otras partidas con la característica común de que se utilizan en la generación de ingresos. Dentro del Activo, distinguiremos entre Activo No Corriente y Activo Corriente. Denominaremos Activo no corriente a aquellos bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan en la empresa durante más de un año. Por el contrario, denominaremos Corriente a aquellos bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan menos de un año.

El Patrimonio Neto es la diferencia entre el Activo y el Pasivo de la empresa. Está formado por los Fondos Propios, los Ajustes por cambio de valor y las Subvenciones, donaciones y legados recibidos.

El Pasivo por su parte, está formado por el conjunto de recursos financieros obtenidos por la empresa para el desarrollo de sus funciones y por las estimaciones de gastos futuros. Los recursos financieros del Pasivo son clasificados en función de su exigibilidad, diferenciando entre aquellos recursos que son propiedad de los titulares del Capital y por tanto no son exigibles (salvo reembolso de participaciones o distribución de las Reservas), y aquellos otros recursos que son propiedad de terceras personas ajenas a la empresa, por tanto, son exigibles, y deben devolverse en un determinado momento.

A su vez, dentro de los recursos ajenos o exigibles, diferenciaremos entre corriente y no corriente, en función de si el plazo en que deberá efectuarse el reembolso es inferior o superior al año.

Tabla 8.deudas con entidades

Resolución préstamo "Banco Santander"		
A 36 meses con intereses fijos al 10%		
32.190*1,10=	35.409,00 €	
	35.409,00 €	
año 1º pagado	-11.802,96 €	23.606,04 €
	23.606,04 €	/ 2
		11.803,02 €

SUPUESTO DE BALANCE DE SITUACION AL PRIMER AÑO

ACTIVO	
INMOVILIZADO	28.216,08
Terrenos y construcciones	32.190,00
Otro inmovilizado material	0,00
Inmovilizado inmaterial	0,00
Amortiz. inmovilizado material	3.973,92
EXISTENCIAS	6.000,00
REALIZABLE	17.000,00
Clientes	17.000,00
Otro realizable	0,00
DISPONIBLE	12.465,92
Caja	1.500,00
Bancos	10.965,92
TOTAL ACTIVO	63.682,00

PASIVO	
RECURSOS PROPIOS	25.575,96
Capital	2.000,00
Reservas	0,00
Pérdidas y ganancias	14.075,96
Resultado extraordinario	9.500,00
Otros recursos	
ACREDORES A LARGO PLAZO	11.803,02
Deudas con entidades de crédito	11.803,02
Otras dudas a largo plazo	0,00
ACREDORES A CORTO PLAZO	26.303,02
Proveedores	14.500,00
Entidades de crédito	11.803,02
Otras deudas a corto	0,00
TOTAL PASIVO	63.682,00

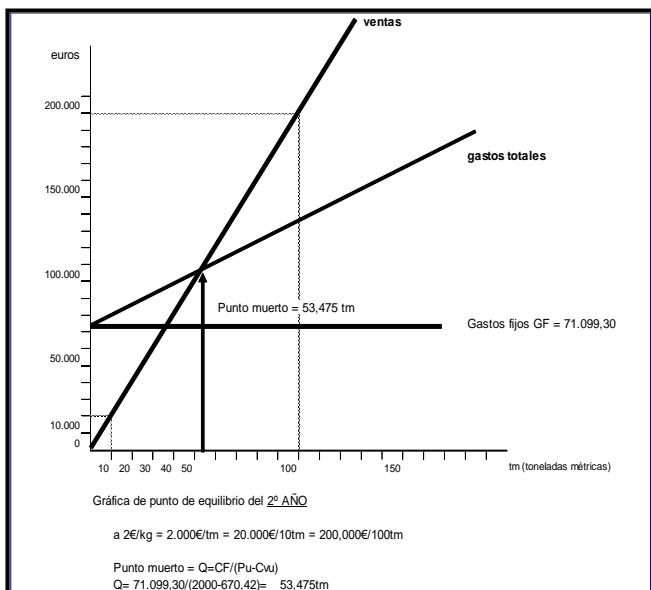
PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, o punto muerto, nos muestra la cantidad mínima de producto con la que sufragar los gastos sin obtener pérdidas ni beneficios.

En la gráfica del anexo se observa este punto de equilibrio estimado y su trayectoria según la producción obtenida.

Se ha calculado dicho punto de equilibrio con los datos del 2º año, para que sea una media de los 3 años en los que hemos basado este estudio.

Tabla 9.punto muerto



VALORACIÓN DEL PROYECTO Y CONCLUSIONES

Esta empresa se crea con el objetivo, gracias al empeño y al trabajo ilusionado de dos jóvenes emprendedores que no dudan en invertir tiempo, dinero y esfuerzo, de lanzar al mercado un producto ecológico de alta calidad.

Estamos convencidos de que el hecho de ofrecer un producto de estas características tendrá una enorme acogida, ya que los clientes están demandando cada vez más, preocupados por la salud de sus familias, tomates libres de elementos químicos y con el sabor y el aroma de los productos auténticos de la huerta.

Con la creación de la empresa, estamos, al mismo tiempo, incorporándonos a un mercado laboral, difícil en estos momentos de crisis. A pesar de ello, estamos convencidos de que esta empresa es viable y superará cualquier tipo de obstáculos.

Esta pequeña empresa podría ser el embrión de una productora/distribuidora a nivel nacional y por qué no, abierta a otros mercados internacionales.

Diseñar una empresa de este tipo que pudiera funcionar en caso de existir realmente, me ha supuesto un gran trabajo de búsqueda de información, consulta de diversas fuentes, organismos públicos, cooperativas agrícolas, cadenas de distribución, así como reuniones con profesionales en diversos campos relacionados con mi proyecto.

He puesto la misma ilusión y dedicación que si realmente fuera a ponerla en marcha.

Es más, creo que estoy lanzando una idea que podría interesar a más de uno. Espero que todas estas horas de dedicación den como fruto una cosecha tan buena como la que yo desearía para mi empresa.

BIBLIOGRAFÍA

F Nuez - Mundi-Prensa. Madrid, España, 1995 - sidalc.net
M Sánchez, I Grande, JM Gil, A Gracia - 2001 - ageconsearch.umn.edu
J Ruiz, T Tejeda, E Terry, MM Díaz - Cultivos Tropicales, 2009 - scielo.sld.cu

<https://www.bioecoactual.com/2019/10/02/la-garantia-del-sello-ecologico/>

<http://www.ipyme.org/publicaciones/scivilcreacion.pdf>

<https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/06/06/5b1412a3e2704edc318b466b.html>

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110662/Vázquez%20-Análisis%20sector%20de%20la%20agricultura%20ecológica%20en%20España.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.coinc.es/blog/noticia/productos-ecologicos-mas-caros>

<https://es.statista.com/estadisticas/510892/produccion-de-tomates-en-espana-por-comunidad-autonoma/>

http://antonioespana.es/2010/01/diferencia_precio_tomate.html

<https://www.aragon.es/-/lineas-de-ayudas-pac>

<http://www.biotorate.es/cultivo>

<https://www.phytoma.com/la-revista/phytohemeroteca/194-diciembre-2007/manejo-ecologico-de-hierbas-influencia-sobre-la-produccion-de-tomate-y-pimiento>

<https://adelante-empresas.castillalamancha.es/adelante/creacion/microempresas-y-autonomos>

<http://caaearagon.com>

https://sede.seg-social.gob.es/wps/wcm/connect/sede/14116ee8-73ff-4c32-b45d-6088235b8d1d/Manual+de+Ayuda.+Alta+en+RETA+v3.pdf?MOD=AJPERES&CVI_D