

Trabajo Fin de Grado

Análisis de Inversión y Financiación en Proyectos
Empresariales: Nueva Agencia de Organización de
Eventos en Zaragoza

Autor/es

Ana María López Orta

Director/es

Ruth Vicente Reñé

Facultad de Economía y Empresa
2020

Autora del trabajo: Ana María López Orta

Director del trabajo: Ruth Vicente Reñé

Título de trabajo: Análisis de inversión y financiación en proyectos empresariales: nueva agencia de organización de eventos en Zaragoza. / Analysis of investment and financing in business projects: new agency for the organization of events in Zaragoza.

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas

RESUMEN

El presente Trabajo Final de Grado consiste en la realización de un plan de empresa para la creación de una agencia de eventos en la ciudad de Zaragoza, prestando servicios propios derivados de la planificación y organización de eventos. Para conocer las condiciones del entorno en el que se va a llevar a cabo este proyecto, se ha definido un plan estratégico, un plan operativo, un plan de recursos humanos y un plan de marketing. Además, se ha realizado un estudio económico financiero de las principales empresas competidoras para conocer la situación en la que se encuentran actualmente y se ha llevado a cabo un plan de inversión y financiación para determinar si la empresa sería viable utilizando distintos criterios de valoración. Finalmente, se ha llegado a la conclusión de que a través del contacto directo y continuo con los clientes, la empresa obtiene una ventaja competitiva y, por lo tanto, el negocio resulta rentable.

Palabras claves: eventos, clientes, organización, proveedores, servicios

ABSTRACT

The present Final Dissertation Project consists of the realization of a business plan for the creation of an events company in the centre of Zaragoza, providing the own services derived from the planning and organization of events. To know the conditions of the environment in which this project will be carried out, it has defined a strategy plan, an operative plan, a human resources plan and a marketing plan. In addition, a financial economic viability study of the main competing companies has been realized to know the situation in which they are actually and an investment and financing plan has been carried out to determine if the company would be viable, using different evaluation criteria. Finally, it has concluded that the company gains a competitive advantage, through direct and continuous contact with customers and, therefore, the business is profitable.

Key words: events, customers, organization, supplies, services

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Identificación y justificación del proyecto	6
1.2. Objetivos.....	7
2. PLAN ESTRATÉGICO	7
2.1. Misión, visión y valores	8
2.2. Análisis del entorno macroeconómico	8
2.2.1. Factores políticos.....	8
2.2.2. Factores económicos	9
2.2.3. Factores sociales	9
2.2.4. Factores tecnológicos	10
2.3. Análisis del entorno microeconómico	10
2.3.1. Cinco fuerzas de Porter	10
2.3.2. Análisis DAFO	12
3. PLAN OPERATIVO	13
3.1. Localización.....	13
3.2. Forma Jurídica	14
3.3. Proceso productivo de la empresa	14
3.4. Principales proveedores	15
3.5. Clientes potenciales	17
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	18
4.1. Organigrama	18
4.2. Descripción y especificación de puestos de trabajo	18
4.3. Búsqueda y contratación de los empleados	19
5. PLAN DE MARKETING	19
5.1. Objetivos del plan de Marketing	19
5.2. Fijación de la estrategia	20
5.3. Marketing mix	21
5.3.1. Estrategia de servicios	21
5.3.2. Estrategia de precios.....	22
5.3.3. Estrategia de distribución	23
5.3.4. Estrategia de promoción	23

6. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA COMPETENCIA	24
6.1. Análisis patrimonial del balance	24
6.2. Análisis de la cuenta de resultados	27
6.3. Estudio de la situación financiera a corto plazo	28
6.4. Estudio de la situación financiera a largo plazo	29
6.5. Análisis económico	30
6.6. Conclusiones de las empresas competidoras	31
7. PLAN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN	32
7.1. Desembolso inicial	32
7.2. Fuentes de financiación	34
7.3. Previsión de ingresos anuales	35
7.4. Previsión de gastos anuales	36
7.5. Estimación de los flujos de caja	39
7.6. Criterios de valoración.....	40
7.6.1. Criterios de valoración parciales	40
7.6.2. Criterios de valoración globales	41
7.7. Análisis de sensibilidad	42
8. CONCLUSIONES	43
BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA	44
ANEXOS	50

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 2.3.2.1.: Análisis DAFO.....	13
FIGURA 4.1.1.: Organigrama de la Empresa.....	18
FIGURA 7.4.1.: Sueldos Mensuales.....	37

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 5.3.2.1: Desglose de Precios de los Proveedores de cada Servicio.....	22
TABLA 6.1.1: Composición y Estructura del Balance.....	25
TABLA 6.2.1.: Cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	27
TABLA 6.3.1.: Ratios de Liquidez.....	29
TABLA 6.4.1.: Ratios de Solvencia y Cobertura.....	29
TABLA 6.4.2.: Ratio de Endeudamiento.....	30
TABLA 6.5.1: Rentabilidad Económica y Financiera.....	31
TABLA 7.1.1.: Desembolso Inicial.....	34
TABLA 7.2.1.: Cuadro de Amortización del Préstamo.....	35
TABLA 7.3.1.: Previsión de Ventas y Costes de Ventas.....	35
TABLA 7.5.1: Estimación de Flujos de Caja con Financiación Ajena.....	40
TABLA 7.7.1: Valor Actual Neto en el Escenario Optimista y Pesimista.....	42

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Identificación y justificación del proyecto

El presente proyecto consiste en la apertura de una nueva empresa de organización de eventos llamada *PLUS EVENTS* en la ciudad de Zaragoza. Tiene como finalidad la planificación y organización de eventos festivos como bodas, comuniones, bautizos, fiestas de cumpleaños, graduaciones, así como de eventos corporativos, tales como inauguraciones, presentación de productos o marcas, convenciones.

Para realizar cualquier tipo de evento de los que se han mencionado, la persona que se encarga de ello debe dedicar gran parte de su tiempo para buscar todo lo necesario para desarrollarlo, como puede ser el lugar de celebración, el servicio de catering, el servicio de fotografía, la decoración, la animación y el transporte. La organización de eventos implica un seguimiento y un control durante todo el proceso para que todo salga como se espera y se pueda satisfacer al cliente.

PLUS EVENTS pretende liberar a las personas de la carga de tener que organizar un evento y lo dejan todo en manos de empresas como esta. Los clientes no sólo pueden ser personas físicas, sino también empresas que requieran de este tipo de servicio.

A cada cliente se le asigna un agente especializado que es responsable de ofrecer todas las alternativas posibles ciñéndose al presupuesto y a las necesidades del cliente. Una vez que éste ya sabe cómo quiere realizar su evento, *PLUS EVENTS* es responsable de la organización que conlleva ese servicio.

La nueva empresa desarrolla dos tipos de actividades que hay que destacar:

Por un lado, *PLUS EVENTS* se encarga de la planificación y organización de *eventos festivos* siempre adaptándose al tipo de público que asistirá a tal evento, ya sea infantil o adulto, haciendo que cada evento sea especial y diferente.

Por otro lado, esta agencia implica la planificación de *eventos corporativos*. Este tipo de eventos se trata de inauguraciones, convenciones, presentación de productos o marcas, como se ha comentado anteriormente, ajustándose a la imagen y a las necesidades de la empresa para hacer algo único y especial.

Como se puede ver, la empresa *PLUS EVENTS* no sólo planifica y organiza, sino que también tiene la capacidad de adaptarse a las exigencias de cualquier cliente. Se

encargará de proporcionar información y asesorar a sus clientes, aunque siempre serán ellos los que tomen la decisión final.

Actualmente, las agencias de organización de eventos cuentan con una demanda real, por parte de empresas y particulares y, por lo tanto, se trata de un mercado amplio. Este negocio requiere de poco personal, pero se precisa de una fuerte inversión en la búsqueda de nuevos clientes y proveedores (Mazolli, 2019).

1.2. Objetivos

El objetivo principal del proyecto que se va a llevar a cabo es analizar la viabilidad de abrir una empresa de organización de eventos en Zaragoza, como ya se ha comentado en el apartado anterior.

Para ello, se realizará un plan de empresa en el que se analizará la misión y la visión del proyecto, y además se examinará el entorno macroeconómico y el entorno microeconómico. Posteriormente, se desarrollará un plan operativo para detallar el marco legal en el que está desarrollado este modelo de negocio, así como también la búsqueda de los principales proveedores y clientes potenciales.

Además, se detallará un plan de recursos humanos para conocer los puestos de trabajo y las cualidades que se necesitan para cada uno de ellos. Se explicará un plan de marketing, especificando la competencia y detallando el marketing mix que va a seguir la empresa *PLUS EVENTS* con las cuatro estrategias de servicio, precio, distribución y promoción.

A continuación, se realizará un análisis económico-financiero de los dos principales competidores a los que se va a enfrentar dicha empresa para diagnosticar la capacidad que tienen de obtener beneficios. Por último, se realizará un plan de inversión y financiación para ver como de viable sería la implantación de esta empresa de organización de eventos en Zaragoza. Se evaluará la rentabilidad del proyecto utilizando distintos criterios de valoración.

2. PLAN ESTRATÉGICO

La finalidad del plan estratégico es determinar los objetivos a largo plazo, la asignación de recursos necesarios y de acciones adecuadas. Organiza y asigna los recursos, basándose en sus competencias distintivas y debilidades, anticipando los

cambios en el entorno y ofreciendo respuestas a los distintos comportamientos de sus rivales (Ventura, 2008).

2.1. Misión, visión y valores

La **misión** de *PLUS EVENTS* es facilitar a los clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos, adaptándose a sus necesidades y a su presupuesto y proporcionándoles comodidad y seguridad a la hora de realizar los eventos con la intención de crear un evento personalizado y único para cada cliente.

En cuanto a la **visión** es ser un referente en el ámbito de la organización de eventos partiendo de un trabajo profesional, innovador y a través de la mejora constante de los servicios que ofrece la empresa, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura a cualquier tipo de público al que se dirija.

Los **valores** más destacados de la empresa *PLUS EVENTS* son la resolución inmediata a todas las necesidades de los clientes de manera rápida y efectiva, la anticipación a cualquier cambio que pueda surgir y la actualización acerca de las tendencias del sector para implementarlas en los servicios que ofrece la empresa y, por último, establecer relaciones de confianza con los clientes centrándose en un servicio comprometido y transparente.

2.2. Análisis del entorno macroeconómico

Este apartado tiene como objetivo clarificar el entorno en el que se va a encontrar la empresa. Para ello, se va a elaborar el modelo PEST con el objetivo de centrar en analizar todos aquellos aspectos que forman el entorno en el que se desarrollan las organizaciones.

Este análisis ayuda a identificar las oportunidades y amenazas de la empresa y permite reconocer aquellos factores externos a la empresa, sobre los que no se puede tener influencia, pero al conseguir información sobre ellos, se consigue aminorar los efectos de las amenazas e incrementar los efectos de las oportunidades (Trenza, 2018).

2.2.1. Factores políticos

En estos momentos, la situación política de España es una democracia constitucional que tiene la forma de monarquía parlamentaria. Es un país pluripartidista y se trata de un estado social y democrático de Derecho, que defiende la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político. El marco legislativo que rige y orienta el

sistema educativo español lo conforman la Constitución Española de 1978 y una serie de leyes orgánicas que desarrollan los principios que están recogidos en ella (Santander Trade , 2019).

2.2.2. Factores económicos

Según el informe de Santander Trade Markets de 2019, España ha experimentado una recuperación de la balanza económica en los últimos años, contando con un crecimiento promedio de 2,8% entre 2015 y 2018. El Fondo Monetario Internacional prevé una nueva ralentización de la economía española en 2020 y 2021 (llegando a un crecimiento de 1,8% y 1,7% respectivamente) debido a la inestabilidad de la situación política.

En cuanto a la tasa de desempleo española ha disminuido consiguiendo un 13,9% con unas previsiones todavía más bajas en los próximos años (13,2% y 12,7% respectivamente), pero la creación de empleos se prevé que seguirá en crecimiento, aunque va a ser a un ritmo más bajo (Santander Trade , 2019).

La situación que está atravesando el país actualmente es bastante crítica, dado que el número de infectados por el virus que provoca el Covid-19, más conocido como coronavirus, no para de crecer. De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha declarado situación de pandemia y en España y en otros países se ha decretado el estado de alarma. Esto puede afectar al desarrollo económico futuro de esta empresa.

2.2.3. Factores sociales

La sociedad española se caracteriza por ser una sociedad dinámica y avanzada, habiendo crecido considerablemente, lo que ha llevado a una modernización de su industria y la construcción de importantes equipamientos e infraestructuras.

La población cuenta con un salario mínimo interprofesional al mes de 1.108,30€ y un PIB per cápita de 26.440€ anuales. En cuanto a la esperanza de vida al nacer gira entorno a los 82,84 años (Datos Macro, 2020).

Es de interés especificar que concretamente en Aragón, el clima de negocios es apropiado dado que hay una mayor combinación coste/tiempo para la apertura de una nueva empresa (Invest in Aragon, 2020).

2.2.4. Factores tecnológicos

Actualmente, la tecnología supone un factor de éxito y diferenciación para todo tipo de empresas y proyectos. España se considera un país desarrollado y tecnológicamente avanzado, ya que presenta una distribución bastante homogénea entre los factores tecnológicos de alta y media – alta tecnología. Hay que destacar que el uso de las TIC supone acelerar estos procesos, automatizando la cadena productiva.

Los aspectos más importantes en una agencia de organización de eventos son las comunicaciones, concretamente las redes sociales como son Facebook, Twitter, Instagram para insertar anuncios y servirse de formas de publicidad que lleguen más directamente al público objetivo. Aunque se debe destacar que no requiere mucha inversión publicitaria, ya que es un negocio en el que cuentan mucho los contactos.

2.3. Análisis del entorno microeconómico

Para la elaboración del estudio del análisis interno, se va a explicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter que permite analizar y comprender los factores más decisivos del mercado o sector en el que se circunscribe un proyecto con el objetivo de identificar las oportunidades, mejorar la estrategia de la empresa, comparar las ventajas competitivas y conocer el entorno de la empresa para anticipar acciones (Ventura, 2008).

Para complementar este modelo, se elaborará un análisis DAFO en el que se desarrollarán cada uno de los aspectos de este análisis. Esta herramienta da a conocer la situación real en que se encuentra una organización y ayuda a planificar una estrategia de futuro.

2.3.1. Cinco fuerzas de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico, desarrollado por el economista Michael Porter. Se trata de una herramienta analítica más comúnmente utilizado para analizar el entorno competitivo y elaborar estrategias.

Según este análisis, la conveniencia de entrar a competir en un sector determinado viene definido por la combinación de cinco fuerzas que se van a desarrollar a continuación.

La *rivalidad entre los competidores* del sector al que pertenece la empresa es la primera fuerza que se debe analizar. Este factor es fuerte y es el que lleva a las empresas

a utilizar estrategias diferentes para satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles buena calidad en sus servicios.

Los principales competidores serán las empresas, *COCO EVENTOS* y *EVENTOS QUININ*, ambas situadas en Zaragoza. Dichas empresas serán analizadas tanto en el aspecto económico como financiero para observar la situación actual de las mismas.

En segundo lugar, la ***amenaza de entrada de nuevos competidores***. En las agencias de organización de eventos las barreras de entrada son prácticamente inexistentes. No es necesario ninguna formación específica ni se precisa de una inversión alta, por lo que la aparición de nuevos competidores es una variable muy probable en esta línea de negocio ya que, cualquier persona puede dedicarse a organizar eventos, siempre y cuando tenga las características requeridas como son la mente, creatividad, capacidad de organización, actitud comercial, vocación de servicio y empatía.

Atendiendo a la tercera fuerza, se estaría hablando del ***poder de negociación de los proveedores***. Los proveedores para la organización de eventos pueden ser muy diversos y la influencia de éstos va a ser relevante, ya que será un factor determinante del precio final de inscripción a los eventos que se ofrezcan en *PLUS EVENTS*.

Los proveedores habituales son el *lugar de la celebración*, que pueden ser restaurantes, hoteles, salas y salones, fincas, locales de ocio, el *servicio de catering*, cafetería, menaje, el *servicio de fotografía*. Por otra parte, también hay que tener en cuenta los proveedores *del servicio de decoración*, si es necesario diseño y decoración, material decorativo, los *servicios de animación* y por último y no menos importantes los *proveedores de transporte* (autocares, agencias de viajes).

En función del número de eventos que se organicen, se es capaz de crear unas relaciones más fuertes con los proveedores de productos o servicios y por tanto se puede lograr unos precios de coste más ajustados.

En un principio, el poder de negociación de estos no será elevado, pero conforme se trabaje con más proveedores se pueden conseguir rappels, hacer compras conjuntas para más de un evento a la vez, etc.

En cuanto a la ***amenaza de productos sustitutivos*** es la mayor amenaza con la que se puede encontrar una empresa de este tipo. El servicio que se ofrece encuentra muy fácilmente otros productos sustitutivos y no es fácil de diferenciar.

La diferenciación en estos casos puede pasar por algunos factores como son la confianza porque los clientes se fiarán de empresas de eventos concretas y no en todas, la localización del evento, ya que el lugar donde se celebra cada evento influye sobre cuáles son productos potencialmente sustitutivos y cuáles no lo son tanto.

Hay que tratar de ser diferente y de ofrecer servicios distintos para que no se decanten por otras empresas que ofrecen productos sustitutivos.

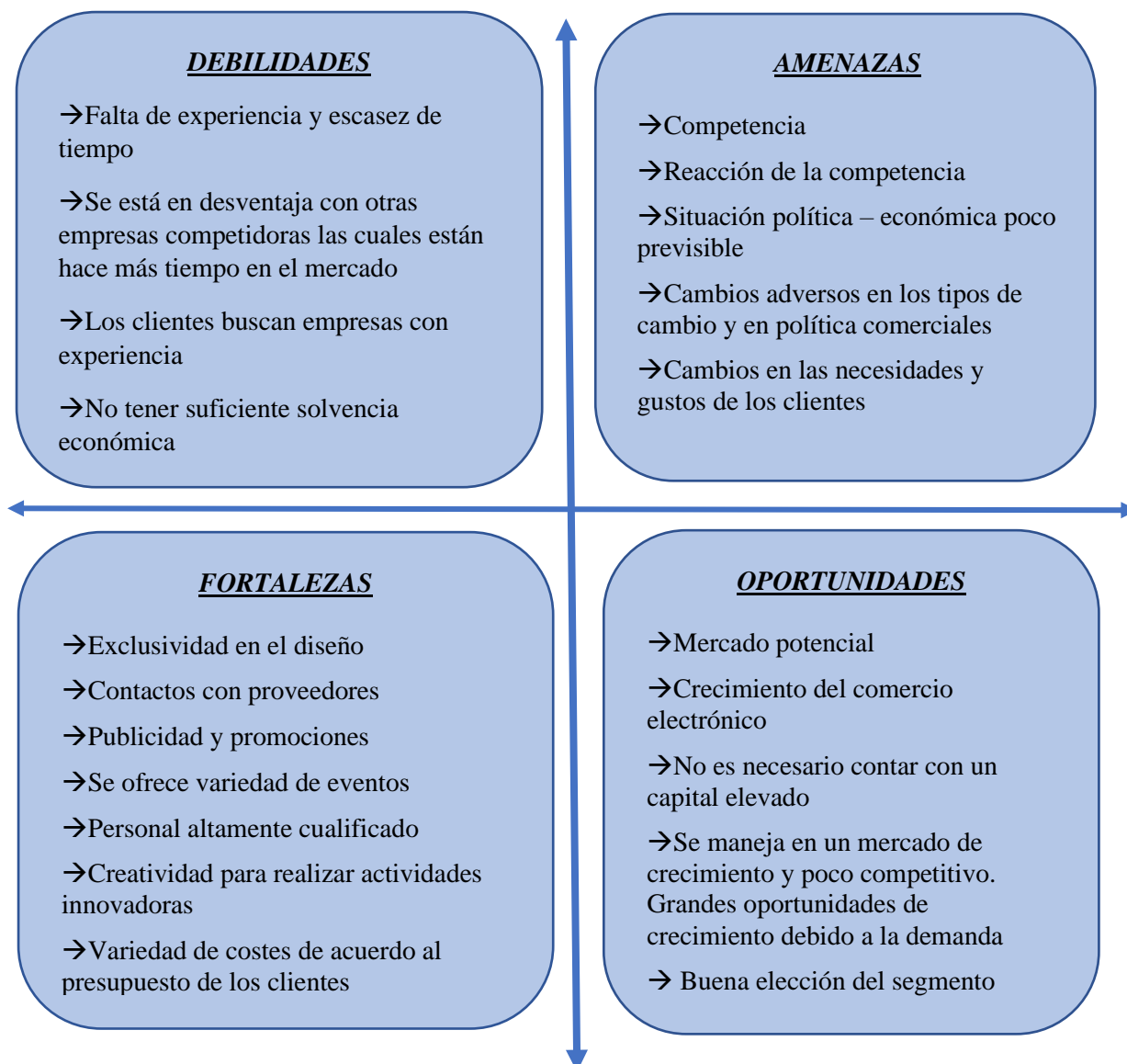
Por último, se analizará *el poder de negociación de los clientes*. Los clientes tienen un poder de decisión alto pero un poder de negociación bajo. Se debe conseguir ofertar en conjunto una calidad del servicio y un precio más adaptado que permita competir y atraer al cliente. Hay que pensar que cuanto mayor sea la calidad percibida de los eventos por el cliente, el poder de negociación con el cliente se inclinará un poco más del lado de la empresa, partiendo de la idea de que el cliente tiene un poder muy importante.

2.3.2. Análisis DAFO

Como se ha mencionado anteriormente, se va a realizar un análisis DAFO que permita diseñar la estrategia en la que se basará la compañía para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Este modelo se centra en establecer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la organización (Bernal, 2016).

En primer lugar, se presentan las *debilidades* de *PLUS EVENTS* que se van a tener que corregir, en segundo lugar, las *amenazas* a las que se va a enfrentar que son las que tiene que evitar que se conviertan en debilidades. Por otro lado, las *fortalezas* que debe establecer y mantener *PLUS EVENTS* para seguir siendo una ventaja competitiva para el futuro en la empresa. Por último, las *oportunidades* que esta empresa de eventos tiene que explotar al máximo para crear estrategias y planificar acciones para convertir las oportunidades en futuras fortalezas (Bernal, 2016).

FIGURA. 2.3.2.1.: Análisis DAFO



FUENTE: Elaboración propia

3. PLAN OPERATIVO

Para conseguir lo planeado en el plan estratégico, se va a analizar el plan operativo. En él se describirá el marco legal de la empresa y se indicará cómo *PLUS EVENTS* hace la búsqueda de proveedores y clientes.

3.1. Localización

Esta empresa no precisa de una localización estratégica determinada, ya que se ofrece un servicio y no se trata de una empresa donde se fabrique o se distribuya productos. Por lo tanto, la única función de escoger una localización se centraría en crear una oficina desde la cual gestionar toda la actividad de la empresa y que sirva de sede social y domicilio fiscal.

La oficina de *PLUS EVENTS* se va a situar en la ciudad de Zaragoza, concretamente en el barrio Actur Rey Fernando para desarrollar sus operaciones, ya que se trata de una zona donde existe una buena calidad de servicios y comunicaciones a su alrededor.

3.2. Forma Jurídica

En cuanto a la forma jurídica de la empresa se opta por la figura de *sociedad de responsabilidad limitada nueva empresa*, en la que el capital social, estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, estará integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. (AYE , 2016)

Las *principales ventajas* que conlleva dicha figura son las siguientes:

- Rápida constitución. Si se escoge la tramitación telemática y los estatutos orientativos, en tan sólo 48 horas se podrá tener la empresa constituida.
- El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.
- El trámite en el Registro Mercantil por la denominación social se hace en menos de 24 horas frente a los tres días hábiles para otros tipos de denominación social.
- El libro de registro de los socios no es obligatorio.
- Medidas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial.

El proceso de constitución y los trámites que se necesitarán para la puesta en marcha de este negocio teniendo en cuenta que la figura de la sociedad es de responsabilidad limitada de nueva empresa, se muestran en el Anexo I.

3.3. Proceso productivo de la empresa

El proceso productivo que sigue este negocio es la organización y planificación de eventos. Es un proceso en el que, por un lado, existe la negociación con los clientes potenciales que quieran contratar los distintos servicios y por otro, la negociación con los proveedores de la empresa para conseguir los precios que más deseen los clientes.

El cliente acude a la empresa para solicitar el servicio de la organización de los eventos y la empresa brinda al cliente la atención personalizada y asesoramiento de acuerdo con sus necesidades. Posteriormente, la empresa se pone en contacto con los mejores proveedores para que se lleve a cabo el día del evento como el cliente disponga.

3.4. Principales proveedores

Para llevar a cabo la actividad de la empresa, un factor relevante es establecer una buena relación comercial con los proveedores que proporcionarán los servicios que se requieran en cualquier tipo de evento, dado que en eso es en lo que se basa este modelo de negocio y supone una parte muy importante de los costes de la empresa.

PLUS EVENTS va a contar en su catálogo con varios proveedores, ya que ofrece una variedad de servicios a todo tipo de público ajustándose a sus necesidades. Los proveedores de esta empresa son el lugar de la celebración, el servicio de catering, fotografía, decoración, animación y transporte. Todos los proveedores que se van a mencionar a continuación se sitúan en la ciudad de Zaragoza.

Proveedores del lugar de celebración del evento:

El primero de ellos es TIERRA BELLA, una finca situada en la carretera de cogullada a cinco minutos del centro. Es un lugar perfecto donde los invitados pueden disfrutar de un día mágico en un entorno tranquilo, cercano y acogedor. Cuenta con amplias zonas verdes y maravillosas vistas. Dispone de catering propio (Tierra Bella , 2020).

TORRE DEL PINO es otra finca que se encuentra en San Juan de Mozarrifar. Dispone de jardín, terraza, capilla, una carpa, y la finca tiene más de 900m² de césped y vegetación. No es posible alquilar únicamente el espacio, sin el servicio de restauración que se dispone en este lugar (Torre del Pino, 2020).

TURIBAMBA OCIO es un centro de ocio familiar situado en La Almozara. Es un parque infantil con pista americana, zona de camas elásticas, pizarra creativa, cafetería y zona de padres donde se puede ver lo que hace tu hijo, salas individuales tematizadas para la celebración de fiestas y cumpleaños (Turibamba Ocio, 2020).

Otro lugar de celebración de eventos es BAR FÍGARO, se encuentra en el centro de la ciudad en la calle Miguel de Cervantes. Dispone de 2 espacios de distintos tamaños con equipo de música, TV, proyector, climatización (Bar Fígaro, 2020).

El HOTEL VINCCI ZARAGOZA ZENTRO es otro lugar de celebración que se sitúa cerca de la Basílica del Pilar y la Plaza de España. Es un hotel que cuenta con estupendos salones, un equipo de profesionales encantados de ayudar a los clientes a organizar su

evento. Aunque dispone de catering propio, permiten la opción de escoger otros servicios de catering (Hotel Vincci, 2020).

A continuación, se explicarán los proveedores del resto de servicios que ofrece la empresa *PLUS EVENTS*.

Proveedores de Servicio de catering (Bodas.net, 2017)

- COMBI CATERING, empresa que sirve miles de menús elaborados con alimentos de temporada, cercanos y ecológicos para dar la mejor calidad.
- LA BASTILLA se trata de la más alta cocina, cuenta con una gran variedad de sugerencias culinarias en su carta y la calidad está asegurada.
- EL CACHIRULO, una empresa que cuenta con una carta del restaurante basada en la típica y tradicional comida aragonesa.

Proveedores de Servicio de fotografía (Bodas.net, 2017)

- OSIRIA FOTOGRAFÍA, empresa profesional que ofrece servicios como fotos, álbumes, mini-álbumes, photocall, fotomatón, Blue Ray.
- FOTO ESTUDIO RAMÓN realiza un trabajo que se define con imágenes artísticas, un gran trabajo de posproducción y un diseño personalizado para cada cliente.
- FOTO ESTUDIOS LUIS cuenta con servicios como fotos, vídeos, álbum digital, fotografías en alta resolución, DVD con todas sus fotografías, etc.

Proveedores del Servicio de decoración (Bodas.net, 2017)

- UNIPAR IBERIA ofrece productos de decoración tales como candelabros, arañas de cristal, jarrones de cristal de distintos tamaños, faroles y farolillos colgantes, porta velas e iluminación LED, flores de imitación, etc.
- ATMÓSFERA EVENTOS, empresa que diseña invitaciones a medida de los clientes, ofrecen decoración floral, un photocall y todo aquello en lo que el cliente esté interesado.
- MARIPOCREATIVE, proveedor que cuenta con una experiencia dilatada en el sector y que permite contar con grandes colecciones de decoración flúas y formas 3D que se alquilan para todo tipo de eventos.

Proveedores de Servicio de animación (Bodas.net, 2017)

- FOTO EVENTS apuesta por el fotomatón y por el karaoke. Ofrece servicios de fotografía y dispone de variedad de objetos para regalar en los eventos como perfumes, libretas de notas, monederos, relojes, etc.
- FOTOMATÓN SOLIDARIO, compañía que destina sus beneficios a la Fundación Lacus Aragón, una organización que ofrece apoyo y asistencia a las personas con discapacidad.

Proveedores de Servicio de transporte (Bodas.net, 2017)

- LIMUSINAS ZARAGOZA, empresa líder en el sector que ofrece el mejor servicio de limusinas.
- AUTOCARES ANETO, compañía que cuenta con una flota moderna e innovadora, para ofrecer la máxima seguridad y comodidad en sus desplazamientos.

Estos son los principales servicios y proveedores que más se demandan, pero dado que *PLUS EVENTS* es flexible a las necesidades y deseos de sus clientes, si cualquier servicio que es demandado por algún cliente no apareciera en el catálogo, sería buscado y negociado por los agentes.

En cuanto al pago, los clientes pagarán los servicios de la empresa después del día del evento y posteriormente, será la propia empresa quién pague a los proveedores.

3.5. Clientes potenciales

Debido a la variedad de servicios que ofrece *PLUS EVENTS*, el segmento de clientes es bastante amplio. En lo que respecta a los eventos festivos abarca a parejas que van a casarse, padres cuyos hijos tienen la edad de celebrar su primera comunión, padres que acaban de tener a sus hijos y celebran su bautizo y clientes que contratan estos servicios para hacer sus cumpleaños y cualquier otro tipo de celebraciones.

Por otro lado, los clientes potenciales de eventos corporativos van a ser nuevas empresas que entren al mercado y quieren realizar su inauguración, empresas ya existentes que quieren presentar un nuevo producto o una nueva marca, empresas que quieren llevar a cabo convenciones.

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Posteriormente, se elaborará un plan de recursos humanos donde se detallarán los perfiles necesarios para los puestos de trabajo. Se trata de analizar y determinar los elementos relacionados con la política del personal. Este plan es la clave para conseguir el éxito de la empresa.

4.1. Organigrama

Desde el principio, la empresa va a contar con una persona que será la emprendedora y con tres empleados para desarrollar la actividad de la compañía.

A continuación, se va a presentar un organigrama para reflejar de forma objetiva las tareas y responsabilidades que presenta la estructura jerárquica de la empresa.

FIGURA 4.1.1.: Organigrama de la Empresa



FUENTE: Elaboración propia

Como se trata de una empresa pequeña, el organigrama del negocio tiene pocos niveles. La ventaja que presenta este tipo de estructura simple es la flexibilidad y la adaptabilidad ante posibles cambios que se producen en el mercado, el control y coordinación de las actividades de la empresa de forma eficiente y la carencia de problemas del clima laboral (Ventura, 2008).

4.2. Descripción y especificación de puestos de trabajo

La denominación del puesto de trabajo es *agente de eventos*. Los empleados y la emprendedora cuentan con estudios universitarios en Administración y Dirección de Empresas, además de cursos especializados en protocolos y organización de eventos.

Para realizar la planificación y organización de eventos, las *cualidades* que se requieren son:

- Persona responsable y creativa
- Con capacidad de organización, liderazgo y habilidades sociales

- Actitud comercial, vocación de servicio y empatía
- Perfeccionista en los detalles

La emprendedora será la que realizará las actividades relacionados con la Administración y contabilidad, captación de clientes y contratación de proveedores y los agentes se dedicarán únicamente a la planificación y organización de los eventos.

En cuanto a las *funciones y tareas* que tienen los agentes de eventos son las siguientes:

- Entrevistar a los clientes para identificar sus necesidades y conocer sus gustos e intereses
- Realizar un presupuesto detallado donde se incluye todos y cada uno de los servicios que el cliente demande
- Identificación y asesoramiento de distintos espacios para la celebración del evento
- Coordinación de todos los servicios del día del evento

4.3. Búsqueda y contratación de los empleados

Para la contratación de los tres empleados, se utilizarán los servicios que ofrece el Servicio Público Estatal de Empleo (SEPE), también se buscará en el INAEM, en redes sociales, o en bolsas de empleo.

Una vez que se haya realizado el reclutamiento, se hará un proceso de preselección, descartando aquellos curriculums que no se adapten a las condiciones que se demandan y, finalmente se procederá a hacer una entrevista personal a aquellas personas que más se adecuen al puesto de agente de eventos.

5. PLAN DE MARKETING

A continuación, se va a elaborar un plan de marketing para orientar las acciones de la empresa y así optimizar la gestión de todos los canales para conseguir los mejores resultados. En este plan, se va a analizar el mercado, los objetivos del marketing a seguir y las estrategias para alcanzarlos. Por último, se explicará el marketing mix que va a seguir la nueva empresa. Todo ello sirve para determinar cómo la empresa va a realizar su actividad en la ciudad de Zaragoza.

5.1. Objetivos del plan de Marketing

El objetivo principal en el ámbito del marketing de *PLUS EVENTS* es darse a conocer en el área geográfica de Zaragoza, a través de una página web para informar de

la existencia de la empresa y de la diversidad de servicios que ofrece. Además, se puede insertar publicidad en revistas y periódicos de la ciudad zaragozana o participar en eventos de la comunidad, acudiendo siempre con tarjetas de visita.

La idea es situar a *PLUS EVENTS* en el mercado como una empresa profesional, responsable, segura, seria y diferente a las ya existentes en el sector, contando con una gran confianza de los clientes potenciales con el objetivo de conseguir un buen posicionamiento en el sector y una alta cuota de mercado.

Los porcentajes de la demanda que se pueden percibir durante los primeros años en *PLUS EVENTS* son precavidos y prudentes, dado que no se puede conseguir de primeras la confianza de todos los clientes potenciales y tampoco se puede instaurar un alto grado de satisfacción para mantener a los clientes.

5.2. Fijación de la estrategia

Una vez que están definidos todos los objetivos de la empresa, se va a determinar la estrategia que va a seguir *PLUS EVENTS*.

La estrategia por la que se va a decantar esta organización es la ***diferenciación de sus servicios***. Esta estrategia consiste en ofertar en el mercado servicios similares a los de otras empresas pero que tienen ciertas características (calidad, seguridad, confianza, atención al cliente...) que hacen que los clientes lo perciban como único y por ello, estén dispuestos a pagar un precio superior.

La empresa *PLUS EVENTS* tiene como elemento clave para alcanzar su ventaja competitiva ofrecer servicios únicos, exclusivos e innovadores a sus clientes, adaptándose a las necesidades del cliente. Además, otros factores de diferenciación son el trato con el cliente, ya que ayuda a obtener información y a fidelizarlo. Esta empresa dispone de agentes personalizados y cualificados para prestar sus servicios, lo que también hace que se diferencie del resto de empresas.

Atendiendo a la ***matriz de estrategias de crecimiento intensivo de Ansoff***, la estrategia de crecimiento futura que *PLUS EVENTS* pretende llevar a cabo es una estrategia de diversificación. Dicha estrategia está dirigida a desarrollar nuevos productos y mercados de forma simultánea, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura y a cualquier tipo de público al que se dirija. Una clave de éxito para el desarrollo de estas estrategias se basa en la calidad de los servicios ofrecidos, es decir, en la capacidad de cumplir con los requisitos de los clientes (Espinosa, 2015).

5.3. Marketing mix

Partiendo de la estrategia de marketing que va a seguir la empresa *PLUS EVENTS* para competir en el mercado, se debe precisar los detalles del marketing mix o también llamado “4PS”. Se trata de un análisis de la estrategia interna desarrollada comúnmente por las empresas. Para ello, se analizan cuatro variables básicas que son el servicio, precio, distribución y promoción para conocer la situación de la empresa.

5.3.1. Estrategia de servicios

Lo que busca la empresa es ofrecer a sus clientes la planificación y organización de eventos de una forma personalizada asesorándoles durante todo el proceso de los servicios que más se adaptan a sus deseos y llevando un seguimiento y control del evento solicitado para que todo salga como se espera y sea un día inolvidable.

PLUS EVENTS pone a disposición dos tipos de servicios: festivos y corporativos.

En primer lugar, *PLUS EVENTS* planifica y organiza *eventos festivos* y los principales servicios que están relacionados son los siguientes: bodas, comuniones, bautizos, fiestas de cumpleaños, despedidas de solteros, fiestas de graduación...

Cada cliente tiene sus preferencias y sus deseos a la hora de preparar cualquier evento de los mencionados, y para ello, la empresa tiene como objetivo adaptarse a los clientes para que el evento se realice tal y como los clientes demanden. La diferencia que existe entre los diferentes servicios es el público objetivo al que están dirigidos.

En el catálogo de *PLUS EVENTS* se detallan y se especifican los servicios esenciales y aspectos adicionales para cada tipo de celebración, con el fin de hacer ese día especial. También cuentan con agentes especializados que serán los encargados de mostrarles a los clientes los servicios que mejor se adaptan a las exigencias de los demandantes, pero siempre son los clientes los que tienen la última palabra.

En segundo lugar, esta empresa se encarga de la planificación de *eventos corporativos* como son inauguraciones, convenciones, presentación de productos o marcas, pero en este caso se tendrá que adaptar a las necesidades y a los deseos de la empresa que contrate estos servicios.

Los servicios que se ofrece son totalmente innovadores, con el fin de retar a las tendencias tradicionales. Además, *PLUS EVENTS* tiene a su cargo toda la organización y

el cliente no se debe de preocupar nada más que de poner toda su confianza en manos de esta organización y de disfrutar de ese día.

5.3.2. Estrategia de precios

Debido a la amplitud del mercado que se pretende atender y teniendo presente el objetivo de *PLUS EVENTS* de adaptarse a los deseos y a las exigencias de cada cliente, cada evento tendrá un precio y un coste diferente.

Como se ha comentado anteriormente, se dispone de un catálogo donde aparecerán los costes de cada servicio. Para ello, se ha evaluado cada uno de estos costes que son los que se detallan a continuación.

TABLA 5.3.2.1: Desglose de Precios de los Proveedores de cada Servicio

LUGARES DE CELEBRACIÓN	Precios (IVA incluido)
Tierra Bella	100€ por menú (alquiler del lugar incluido)
Torre del Pino	120€ por menú (alquiler del lugar incluido)
Turibamba Ocio	60€ cada juego + 11€-12€ por invitado para el cumpleaños
Bar Figaro	15€ por menú
Hotel Vincci Zaragoza Zentro	30€ de alquiler por persona + 100€ por menú
PROVEEDORES DE CATERING	Precios (IVA incluido)
Combi Catering	Desde 70€ por menú
La bastilla	Desde 80€ por menú
El Cahirulo	Desde 76,20€ por menú
PROVEEDORES DE FOTOGRAFÍA	Precios (IVA incluido)
Osiria Fotografía	Desde 885€ hasta 2.900€
Foto Estudio Ramón	Desde 950€
Foto Estudio Luis	Desde 600€ hasta 1.500€
PROVEEDORES DE DECORACIÓN	Precios (IVA incluido)
Unipar Iberia	Desde 2,50€ hasta 5,90€
Atmósfera Eventos	Desde 30€ hasta 4.000€
Maripocreative 3	Desde 25€
PROVEEDORES DE ANIMACIÓN	Precios (IVA incluido)
Foto Eventos	Desde 240€ hasta 500€
Fotomatón Solidario	Desde 330€
PROVEEDORES DE TRANSPORTE	Precios (IVA incluido)
Limusinas Zaragoza	Desde 150€
Autocares Aneto	Desde 110€

FUENTE: Elaboración propia

Una vez analizados todos los servicios que se necesitan en los eventos y sus respectivos costes, el precio final del cliente se obtiene del coste total del evento. Este margen será los beneficios del negocio.

Se cobrará un margen comercial por organizar el evento y por la dedicación exclusiva al cliente, este margen será del 15% (Banco de España, 2020). Por lo tanto, para el cliente el precio total del evento será el coste de este, más el 15%.

5.3.3. Estrategia de distribución

En cuanto a la elección del canal de distribución intervienen varios factores como son el tipo de servicio que *PLUS EVENTS* ofrece, la imagen que la empresa va a procurar proyectar, las particularidades del usuario final y el contacto que se va a realizar con los clientes.

Para este tipo de empresa, el canal de distribución exacto sería el canal directo, ya que la empresa será la que se tendrá que poner en contacto con el cliente para ofrecerle directamente todos los servicios que la empresa dispone, ciñéndose a sus necesidades, dándole ideas y haciendo un seguimiento exhaustivo del proceso para que el evento sea un día especial.

Este tipo de canal tiene como ventajas la reducción de costes y el aumento de beneficios económicos, ya que no hay costes derivados de la comercialización directa del servicio. Además, existe un control total del canal, lo que permite detectar y solventar posibles incidencias. Al tratarse de un canal con un contacto directo con el cliente final existe un conocimiento de las reacciones del mercado ante los productos o servicios (Quiroa, 2019).

PLUS EVENTS va a contar con una oficina física donde sus clientes podrán acudir a contratar los servicios que deseen y también para solicitar información acerca del evento. Por otra parte, esta empresa dispondrá de una página web donde se mostrará todo tipo de información detallada de la empresa, y de los servicios que se ofrezcan.

En conclusión, los clientes que estén interesados en contactar con la empresa lo podrán hacer directamente acudiendo a la oficina, por vía telefónica o a través de la página web.

5.3.4. Estrategia de promoción

La estrategia de promoción está dirigida a atraer a los clientes y a conseguir un buen posicionamiento de la empresa porque es cómo se dan a conocer los servicios y se crea la necesidad de ellos en el mercado. Esta estrategia debe adecuarse a los servicios ofertados y transmitir los valores de la empresa: confianza, exclusividad, personalidad y seguridad.

De acuerdo a la actividad a la que se dedica *PLUS EVENTS* y el presupuesto que se va a destinar a publicidad, el foco debe centrarse en las redes sociales, principalmente en Facebook, que es la red social más utilizada. Serán muy importantes las valoraciones de

los clientes que aparezcan en la página, porque servirán de referencia para posibles clientes futuros.

Otro medio de comunicación poderoso es el boca a boca. Para ello se procurará intensamente que los clientes se queden totalmente satisfechos para que recomienden esta empresa a otras personas que podrían ser posibles clientes en un futuro.

Además, se dejarán tarjetas con el número de contacto de la empresa para que los invitados que estén disfrutando de la experiencia, y puedan estar interesados en la planificación de algún otro tipo de evento, puedan contactar con esta empresa. Por ello, *PLUS EVENTS* tiene que ofrecer sus servicios a la perfección para que tenga una buena imagen y atraiga a muchos clientes.

Se realizarán encuestas aleatorias de satisfacción cuando se haya pasado el día del evento, con el fin de que se puedan ver los fallos para rectificarlos y poder hacer mejoras, consiguiendo seguir mejorando y alcanzar la excelencia.

En conclusión, la empresa siempre procurará comunicar su imagen para alcanzar al mayor público posible, haciendo que la empresa crezca y llegue a ser un referente en la planificación y organización de eventos en Zaragoza.

6. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA COMPETENCIA

En el siguiente apartado, se va a llevar a cabo un análisis económico-financiero de las dos principales empresas competidoras a las que se va a enfrentar *PLUS EVENTS*. Este método tiene como objetivo evaluar la capacidad de generar beneficios y la capacidad para atender adecuadamente los compromisos de pagos, las causas de los cambios de dicha situación, así como estimar y predecir, dentro de ciertos límites, la evolución futura de la situación económica y financiera (IBBA, 2018).

Las empresas que se van a analizar van a ser *COCO EVENTOS* y *EVENTOS QUININ* situadas en el barrio de Valdefierro y Montecanal, respectivamente. Ambas empresas tienen como objeto social la organización de eventos, congresos, asambleas y similares a particulares y empresas.

6.1. Análisis patrimonial del balance

El análisis patrimonial del balance permite conocer cuál es la estructura del patrimonio de una empresa y analiza las correlaciones existentes entre el activo y el

patrimonio neto y el pasivo y, por otra parte, las situaciones de equilibrio o desequilibrio patrimonial y financiero.

En lo que respecta al *balance de situación*, se va a realizar un análisis de este en ambas empresas, en cuanto a su composición, estructura y evolución. No obstante, los balances de situación de las dos empresas aparecen en el Anexo II.

TABLA 6.1.1.: Composición y Estructura del Balance

	COCO EVENTOS				EVENTOS QUININ			
	2018		2017		2018		2017	
	Composición	Estructura	Composición	Estructura	Composición	Estructura	Composición	Estructura
ACTIVO NO CORRIENTE	34.507	28,46%	10.556	14,52%	43.732	30,46%	54.757	32,54%
ACTIVO CORRIENTE	86.751	71,54%	62.125	85,48%	99.856	69,54%	113.525	67,46%
EXISTENCIAS	-	0,00%	-	0,00%	30.000	20,89%	30.000	17,83%
REALIZABLE	-	0,00%	3.151	4,33%	41.358	28,80%	26.189	15,56%
DISPONIBLE	86.751	71,54%	196	0,27%	28.499	19,85%	57.336	34,07%
TOTAL ACTIVO	121.258	100,00%	72.681	100,00%	143.588	100,00%	168.281	100,00%

	COCO EVENTOS				EVENTOS QUININ			
	2018		2017		2018		2017	
	Composición	Estructura	Composición	Estructura	Composición	Estructura	Composición	Estructura
PN	3.875	3,20%	633	0,87%	- 59.217	-41,24%	- 79.777	-47,41%
PASIVO	117.383	96,80%	72.048	99,13%	202.805	141,24%	248.059	147,41%
PASIVO NO CORRIENTE	31.111	25,66%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
PASIVO CORRIENTE	86.272	71,15%	72.048	99,13%	202.805	141,24%	248.059	147,41%
TOTAL PN Y PASIVO	121.258	100,00%	72.680	100,00%	143.588	100,00%	168.281	100,00%

FUENTE: Elaboración propia

El *activo no corriente* de las empresas de organización de eventos está compuesto por el inmovilizado material. Por otro lado, el *activo corriente* lo compone principalmente la tesorería, es decir, la cantidad de dinero que la empresa tiene en efectivo, y el realizable que son los derechos de cobro a clientes por las ventas realizadas o servicios prestados.

Ambas empresas competidoras utilizan mayoritariamente *inversiones a corto plazo*, es decir, activo corriente. Esto quiere decir que las dos empresas optan más por los bienes y derechos que se emplean durante el ejercicio normal de la actividad y que se pueden consumir o convertir en dinero en menos de un año. Dentro de esta partida predomina el disponible en la primera empresa y el realizable en la segunda.

COCO EVENTOS cuenta con un disponible bastante elevado, si se tiene en cuenta que las empresas, de forma generalizada, sólo quieren como dinero líquido aquél que van a utilizar, de esta forma pueden invertir ese dinero para obtener rentabilidad y así seguir creciendo.

En el caso de la segunda empresa, el hecho de que la partida de realizable tenga un volumen mayor en 2018 es algo importante para la empresa, ya que significa que tiene más derechos de cobro de clientes.

Normalmente, en las empresas de planificación de eventos, las existencias son inexistentes dado que no se va a elaborar un proceso productivo, sino que lo que se ofrecen son servicios para la organización de eventos. Sin embargo, en *EVENTOS QUININ*, una parte de la inversión a corto plazo son las existencias.

En cuanto a la forma de financiación con la que cuentan estas empresas, es decir, de donde obtienen el dinero para poder realizar las inversiones comentadas anteriormente, en ambas empresas predomina la financiación ajena.

Por un lado, los fondos propios de ambas empresas se deben a cada una de las aportaciones de los socios y a los propios beneficios generados durante el ejercicio. Lo que llama la atención es el patrimonio neto de *EVENTOS QUININ*, ya que es negativo. Esto es porque la empresa no tiene suficientes fondos para hacer frente a las deudas y se llega a esta situación por la acumulación de pérdidas que ha tenido en ejercicios anteriores hasta llegar al punto de que consumen las aportaciones de capital realizadas en el momento de la constitución de dicha empresa.

Esto implica que la empresa se encuentra en quiebra técnica y debe encargarse de corregir inmediatamente este hecho con una aportación de capital de los socios. Si no se corrige, puede dar lugar a la asunción de responsabilidades por parte del administrador y/o de los socios.

Por otro lado, el pasivo no corriente, lo forman los acreedores a largo plazo, es decir, las deudas con vencimiento superior a un año con otras entidades en calidad de cedentes del uso de bienes.

El pasivo corriente en estas empresas lo componen los acreedores comerciales y otros pasivos líquidos.

Dentro de la financiación ajena de *COCO EVENTOS*, es superior en el corto plazo que, en el largo plazo, lo cual da menos estabilidad a la empresa que si fuera al revés.

A simple vista, se puede ver que *EVENTOS QUININ* sólo tiene pasivo corriente, esto quiere decir que tiene deudas y obligaciones a corto plazo, pero no a largo plazo con

las que la empresa financie su actividad. Lo mismo ocurre en *COCO EVENTOS* en el año 2017.

6.2. Análisis de la cuenta de resultados

El análisis de la cuenta de resultados analiza si la empresa ha obtenido beneficios o pérdidas. Para ello, se ha utilizado la cuenta de pérdidas y ganancias de ambas empresas que se muestra en el Anexo III.

TABLA 6.2.1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

	COCO EVENTOS		EVENTOS QUININ	
	2018	2017	2018	2017
Resultado de Explotación	4.323	- 1.953	31.340	- 63.016
(+/-) Rendimientos de activos financieros	0	0	100	280
RAIT	4.323	- 1.953	31.440	- 62.736
(-) Gastos financieros	0	0	- 2.973	- 3.293
RAT	4.323	- 1.953	28.467	- 66.029
(-) Impuesto de Sociedades	- 1.081	0	- 7.907	0
RESULTADO DEL EJERCICIO	3.242	- 1.953	20.561	- 66.029

FUENTE: Elaboración propia

Para hallar la significatividad de la cuenta de resultados, se va a tener en cuenta el importe neto de la cifra de negocios en 2018 y en 2017. Dicho importe en *COCO EVENTOS* es de 174.389€ y de 127.442€ respectivamente y en *EVENTOS QUININ* corresponde a 512.557€ y 726.697€ respectivamente.

Con respecto a la estructura operativa relativa a los gastos por naturaleza de ambas empresas competidoras, la parte que tuvo más influencia significativa fueron los resultados de explotación.

Se puede comentar que el resultado de explotación del que se parte en el año 2018 es mayor que en 2017. Esto se debe a que el importe neto de la cifra de negocios aumentó durante ese año, ya que recompensaron las compras para mejorar la fidelización, utilizaron las redes sociales y apostaron por la personalización, un punto que es clave para la fidelización.

Pero en *EVENTOS QUININ*, no sólo es por este motivo, sino también porque incurrió en un gasto de personal que suponía el 58% menos que el del 2017, quedándose con 6 empleados, 9 menos que en 2017.

En conclusión, en la actualidad ambas empresas tienen resultados positivos, pero para seguir generando más beneficio, lo que deben de hacer es seguir estrategias dirigidas a generar esos beneficios. Una de las estrategias es la reducción de pérdidas, pero esto no

significa restar calidad al servicio que se presta, es más bien una optimización de los costes y un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles manteniendo o incluso aumentando la productividad.

6.3. Estudio de la situación financiera a corto plazo

El análisis de la situación financiera a corto plazo es un resumen claro y sencillo sobre la situación financiera de una empresa a una fecha determinada (Tover, 2014), es decir es un análisis estático. Lo que se pretende conocer con este análisis es la capacidad que tienen *COCO EVENTS* y *EVENTOS QUININ* para afrontar los compromisos a corto plazo.

Para comenzar con este análisis se va a proceder a calcular el capital circulante de ambas empresas. Dicho capital es el que una empresa requiere para llevar adelante sus actividades diariamente. El *capital circulante real* se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Capital Circulante} = AC - PC = [\text{Existencias} + \text{Realizable} + \text{Disponible}] - PC$$

En *COCO EVENTOS* el capital circulante en el año 2018 corresponde a 479€ y el de *EVENTOS QUININ* a -102.949€.

A primera vista, se ve como *COCO EVENTOS* genera un capital circulante positivo, lo que significa que se encuentra en una situación de equilibrio, ya que la inversión a corto plazo supera a las obligaciones a corto plazo. Aunque esta empresa cuente con un capital circulante positivo no quiere decir que puede hacer frente a sus pagos de inmediato.

Sin embargo, la segunda empresa competidora cuenta con un capital circulante negativo. Esto significa que su pasivo circulante tiene un volumen considerable, por lo tanto, se trataría de una circunstancia producto de plazos de pagos pequeños y esto se podría solucionar estableciendo acuerdos con sus acreedores. También significa que la proporción de activos circulantes es reducida y esto es consecuencia del tipo de gestión empresarial (Garrido, 2017).

La situación financiera a corto plazo se valora también a través del ratio de liquidez que viene dado por la capacidad de los activos de convertirse en efectivo con el que satisfacer sus deudas (Zamora, 2020).

Los ratios más importantes para este análisis son el de *Liquidez General*, *Liquidez Inmediata* y *Ratio de Tesorería*.

TABLA 6.3.1.: Ratios de Liquidez

Ratio	Fórmula	COCO EVENTOS		EVENTOS QUININ	
		2018	2017	2018	2017
Liquidez general	AC/PC	1,01	0,86	0,49	0,46
Liquidez inmediata	(AC-Existencias)/PC	1,01	0,86	0,28	0,34
Ratio de tesorería	Disponible/PC	1,01	0,00	0,14	0,23

FUENTE: Elaboración propia

Como se puede ver, la empresa *COCO EVENTOS* ha mejorado su liquidez, llegando a obtener en 2018, los mismos ratios, dado que sólo existe la partida de disponible en el activo corriente. Sin embargo, en *EVENTOS QUININ*, todos los ratios están por debajo de la unidad en ambos años. Por lo tanto, no tiene ni ha tenido suficiente capacidad la empresa para poder hacer frente a las deudas a corto plazo. Esto puede suponer la existencia de peligro de caer en insuficiencia de recursos para hacer frente a los pagos.

6.4. Estudio de la situación financiera a largo plazo

El objetivo que tiene este análisis es evaluar la solvencia a largo plazo de las empresas objeto de estudio, es decir, la capacidad para atender las obligaciones de pago contraídas a largo plazo (Trenza, 2019).

Este análisis debe tener presente la composición de la estructura económica y financiera de la empresa en el marco de un plazo superior al ejercicio económico. Para analizar esta situación, es imprescindible el *análisis de la solvencia y de la cobertura*.

TABLA 6.4.1.: Ratios de Solvencia y Cobertura

Ratios	Fórmula	COCO EVENTOS		EVENTOS QUININ	
		2018	2017	2018	2017
Ratio de Solvencia	Activo/Pasivo	1,03	1,01	0,71	0,68
Ratio de Cobertura	Recursos Permanentes/Inmovilizado	1,01	0,06	-1,35	-1,46

FUENTE: Elaboración propia

El *ratio de solvencia* de *COCO EVENTOS* es la unidad en ambos años, por lo que no presenta problemas de solvencia. Esto expresa que la empresa posee suficientes garantías ante terceros, ya que, cumpliendo con todas sus obligaciones tanto a corto plazo como a largo plazo, mantiene parte de sus activos. Sin embargo, en *EVENTOS QUININ* ocurre completamente lo contrario, dado que dicho ratio es inferior a la unidad.

En cuanto al *ratio de cobertura* que se muestra en la tabla 6.4.1, indica cómo se financia el inmovilizado teniendo en cuenta los recursos propios de la empresa y la financiación ajena en el largo plazo (Área de PYMES, 2019). En el caso de *COCO EVENTOS* ha mejorado bastante este ratio, dado que ha incurrido en un mayor activo no corriente, pero además también en un mayor pasivo fijo. Sin embargo, en *EVENTOS QUININ* está claro que no existe una buena relación entre las partidas mencionadas.

Otro de los ratios útiles en el análisis financiero a largo plazo, a parte de la solvencia y la cobertura es el endeudamiento.

El *ratio de endeudamiento* se utiliza para conocer la cantidad y calidad de la deuda que tiene la empresa, así como para comprobar hasta qué punto se obtiene el beneficio suficiente para soportar las cargas financieras correspondientes (Zamora, 2020).

TABLA 6.4.1.: Ratio de Endeudamiento

	COCO EVENTOS		EVENTOS QUININ	
Ratio de Endeudamiento	2018	2017	2018	2017
Endeudamiento: P/PN	30,29	113,82	-3,42	-3,11

FUENTE: Elaboración propia

Estos datos muestran que *COCO EVENTOS* tiene un alto grado de influencia de terceros en el funcionamiento y equilibrio financiero permanente de la empresa. Sin embargo, la otra empresa *EVENTOS QUININ* tiene patrimonio neto negativo y esto se da con mucha frecuencia en empresas, cuando las pérdidas acumuladas por la compañía son superiores a sus fondos propios. Esto significa que la empresa no cuenta con financiación propia, sino que toda es ajena.

6.5. Análisis económico

El principal objetivo de este apartado va a ser analizar la situación económica en la que se encuentran ambas empresas mediante los ratios de rentabilidad económica y financiera.

En cuanto a la *rentabilidad económica*, este concepto trata de la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Consiste en establecer cuál es la capacidad de generar resultados positivos de todos los activos y recursos de las compañías, independientemente de cómo se hayan financiado o cuánto hayan supuesto para la empresa (Edendred, 2020).

En lo que respecta a la *rentabilidad financiera*, ésta hace referencia a la relación entre el beneficio neto y los capitales propios, es decir, calcula la capacidad de generar resultados positivos de los fondos propios (Edendred, 2020).

TABLA 6.5.1.: Rentabilidad Económica y Financiera

Rentabilidad	Fórmula	COCO EVENTOS		EVENTOS QUININ	
		2018	2017	2018	2017
Rentabilidad económica	RAIT/Activo Total	0,04	-0,03	0,22	-0,37
Rentabilidad financiera	Resultado ejercicio/Fondos propios	0,84	-3,09	0,35	0,83

FUENTE: Elaboración propia

Analizando estos ratios, se puede decir que ambas empresas obtienen una rentabilidad económica bastante elevada, de hecho, han superado la del año anterior. En el caso de *COCO EVENTOS* por cada 100€ que ha invertido la empresa ha obtenido un beneficio antes de intereses e impuestos de 3,57€. A diferencia de esta, *EVENTOS QUININ* por cada 100€ que ha invertido, gana un beneficio antes de impuestos de 21,90€.

Para aumentar esta rentabilidad económica, lo que han debido de hacer estas entidades ha sido aumentar el precio de venta de sus servicios o reducir los costes de producción para aumentar el margen de beneficio o incrementar la rotación.

Con respecto a la rentabilidad financiera, a simple vista se puede ver que *COCO EVENTOS* asume más riesgos y que sirve para compensar el riesgo de inversión que asumen sus propietarios. Sin embargo, *EVENTOS QUININ* no tiene riesgos dado que su ratio financiero es negativo. Esto significa que, con el dinero de los accionistas, la compañía genera pérdidas en 2018 valoradas en un 34,72% de esos recursos propios.

6.6. Conclusiones de las empresas competidoras

Tras el análisis económico-financiero tan exhaustivo que se ha llevado a cabo, se puede concluir que la empresa que más competencia le puede hacer a *PLUS EVENTS* es *COCO EVENTOS*, ya que se sitúa en una situación financiera normal. Esta empresa se caracteriza por la utilización combinada de financiación propia y ajena y porque los recursos propios están financiando al mismo tiempo inversiones corrientes y no corrientes.

Esta situación facilita la asignación eficaz de los recursos económicos, así como también otros procesos financieros y económicos como pueden ser el ahorro e inversión,

el préstamo y endeudamiento, creación y distribución de liquidez, fijación del precio de los activos y acumulación de riqueza (Gestiopolis , 2002).

En cuanto a *EVENTOS QUININ*, a pesar de que tiene una rentabilidad económica alta, ha tenido problemas en los dos últimos años con la liquidez, la solvencia, el endeudamiento y la cobertura. Es por ello, que se encuentra en una situación de quiebra, ya que su pasivo es mayor que su activo y aun cuando la empresa se desprenda de todo su activo no podrá generar un disponible general para atender a todas sus deudas.

7. PLAN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Una vez estudiadas las dos empresas competidoras en este sector, se va a realizar un plan de inversión y financiación de la empresa *PLUS EVENTS*. Se trata de un proceso organizado, detallado y personalizado, donde se detallarán las inversiones, los costes y los recursos necesarios, así como la forma en la que se van a financiar para que sea factible la implantación de esta empresa de eventos en la ciudad de Zaragoza.

7.1. Desembolso inicial

Al ser una empresa de nueva constitución, la inversión inicial se va a corresponder con la inversión prevista para llevar a cabo el proyecto. A continuación, se describirán las inversiones estimadas.

Dado que es una empresa de nueva creación, el único activo que posee la misma sería *propiedad intelectual y patentes*, el propio nombre comercial, es decir, la marca. El importe del registro de la marca comercial de la empresa va a ascender a 600€.

Los *gastos de inicio de actividad* correspondientes a escrituras y notaría ascienden a 1.400€.

Debido a las necesidades de la empresa para ofrecer sus servicios, es conveniente instalar las siguientes aplicaciones: el paquete office incluyendo Excel, Word, Access..., también se instalará Photoshop, un apartado de diseño y dibujo y el programa contable ContaPlus para llevar la contabilidad formal de una empresa de manera informatizada. Además, se va a crear una página web para darse a conocer la empresa. La inversión en estas *aplicaciones informáticas* será valorada por 1.500€.

Se precisa de *la compra de un local* para establecer la oficina en la que se lleve a cabo la actividad de *PLUS EVENTS*. Está situado en el Barrio del Actur, en una zona

peatonal. Cuenta con 48 m², y un baño con lavabo. Está valorado en 46.500€. Las características más detalladas de dicho local aparecen en el Anexo IV.

Para la **adecuación de este local**, se necesitará pintarlo por un precio de 779€ y los gastos de personal correspondientes al pintor y albañil ascenderán a 630€.

Por otra parte, este local tiene que ser amueblado teniendo en cuenta la mesa de trabajo de la emprendedora, y la de los tres agentes. Para ello se va a necesitar 4 escritorios de oficina valorados en 79,99€ cada uno y 4 sillas de oficina valoradas en 69,00€ cada una. Además, se necesitarán 8 sillas donde los clientes se sentarán para contratar los servicios, valoradas cada una de ellas en 29,99€. Se comprarán también cuatro papeleras de rejilla negra valoradas en 6,99€ cada una. Por último, un archivador con cuatro cajones cuyo importe será de 130,05€ y un armario de oficina valorado en 217,72€ cada uno. Por consiguiente, el total del **mobiliario** que es adquirido asciende a 1.526,02€.

Además, se va a adquirir materiales de decoración como un reloj de pared negro cuyo precio es de 9€, un cuadro de 140x100cm valorado en 59€, dos plantas artificiales grandes valoradas en 40€ cada una y seis plantas artificiales pequeñas a un precio de 3€ cada una. En Leroy Merlín, se comprarán unas láminas para decorar las paredes de la oficina, cuyo precio es de 9,99€, para generar una sensación de vitalidad y un ambiente sofisticado. El importe total de **decoración** será de 175,99€.

La **iluminación** de la oficina constará de 9 paneles LED en el techo que valen 15,38€ cada uno. Para ello se contratará a un electricista y estos gastos de servicios externos ascenderán a 259€.

También se precisa de un **equipamiento informático** y los elementos que se van a adquirir son: dos impresoras blanco y negro y a color valoradas en 158€ cada una, cuatro ordenadores de sobremesa valorados cada uno en 599€, cuatro packs de teclado y ratón por 18,99€ cada pack. Además de un teléfono para cada agente cuyo coste es de 28,78€ cada uno y un router wifi valorado en 24,99€. Haciendo un total de 2.928,07€.

La empresa también tendrá que incurrir en la **compra de materiales de oficina** para poder llevar a cabo su actividad. Este gasto asciende a un total de 199,88€ y su desglose aparece detallado en el Anexo V.

Se comprarán **tarjetas del negocio** personalizadas con el logo de la empresa, número de teléfono y dirección, por Internet en la página 360imprimir.es, donde hay una

oferta de 500 tarjetas por un precio de 11,25€. Se harán 4.000 tarjetas, con un coste de 90€.

En resumen, la inversión que es necesaria para crear y poner en marcha la actividad de la empresa se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 7.1.1.: Desembolso Inicial

CONCEPTO	IMPORTE
Propiedad Industrial	600,00
Inicio de Actividad	1400,00
Aplicaciones Informáticas	1500,00
Local	46500,00
Adecuación del local	1668,00
Mobiliario	1211,61
Decoración	175,99
Iluminación	138,42
Equipamiento informático	2928,07
Material de oficina	199,88
Tarjetas del negocio	90,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	56.411,97

FUENTE: Elaboración Propia

7.2. Fuentes de financiación

Una vez detalladas las inversiones iniciales necesarias para poner en funcionamiento la actividad de la empresa, se va a explicar cómo se va a financiar este proyecto. La socia de la empresa aportará 7.000€ y recibirá una subvención del INAEM. El resto de la inversión se financiará a través de un préstamo.

Por un lado, se obtendrá una subvención por establecimiento como trabajador autónomo por parte del Instituto Aragonés de Empleo (INAEM). Para recibir esta subvención, la emprendedora deberá haber permanecido desempleada e inscrita como demandante de empleo en el Servicio Público de Empleo y tendrá que estar dada de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos y en el Censo de Empresarios, profesionales y retenedores, con carácter previo a la presentación de la correspondiente solicitud de subvención. La cuantía de esta subvención para autónomos jóvenes menores de 30 años es de 4.000€ (Infoautónomos, 2020).

El resto de la inversión se financiará mediante un préstamo a 5 años con cuotas de amortización constantes y anuales. Se trata de un préstamo ICO, a 5 años y sin carencia,

por lo tanto, tiene un tipo de interés fijo de 4,407% (Préstamos ICO, 2020). A continuación, en la tabla 7.2.1. se muestra el cuadro de amortización.

TABLA 7.2.1.: Cuadro de Amortización del Préstamo

AÑOS	as	Is	As	Ms	Cs
0					45.411,97
1	10.317,67	2.001,31	8.316,37	8.316,37	37.095,60
2	10.317,67	1.634,80	8.682,87	16.999,24	28.412,73
3	10.317,67	1.252,15	9.065,52	26.064,76	19.347,21
4	10.317,67	852,63	9.465,04	35.529,80	9.882,17
5	10.317,67	435,51	9.882,17	45.411,97	-

FUENTE: Elaboración propia

7.3. Previsión de ingresos anuales

A continuación, se va a realizar una *previsión de ventas y de costes* correspondientes al primer año.

TABLA 7.3.1.: Previsión de Ventas y Costes de Ventas

CONCEPTO	PRIMER AÑO					
	CANTIDAD	INVITADOS	IMPORTE	TOTAL VENTAS	COSTE VENTAS	MARGEN VENTAS
Bodas	13	130	19.333,69 €	244.377,79 €	207.721,13 €	36.656,67 €
Comuniones	4	60	6.765,84 €	26.725,08 €	22.716,32 €	4.008,76 €
Bautizos	6	30	5.561,14 €	30.753,09 €	26.140,13 €	4.612,96 €
Fiestas de cumpleaños	17	50	4.091,02 €	69.547,33 €	59.115,23 €	10.432,10 €
Despedidas de soltero	3	30	1.996,43 €	5.989,29 €	5.090,90 €	898,39 €
Fiestas de Año Nuevo	10	20	1.819,96 €	18.199,61 €	15.469,67 €	2.729,94 €
Graduaciones	14	300	42.619,96 €	596.679,45 €	507.177,53 €	89.501,92 €
Eventos corporativos	13	140	20.659,18 €	268.569,29 €	228.283,90 €	40.285,39 €
Total	79			1.260.840,94 €	1.071.714,80 €	189.126,14 €

FUENTE: Elaboración Propia

Para estimar el número de eventos que se van a llevar a cabo en el primer año, se ha considerado lo siguiente.

Según un estudio de mercado de Eventoplus de 2019 (Mottard, 2019), las empresas de eventos realizan una media de 79 eventos al año. Además, de acuerdo con los datos obtenidos de una investigación de mercados sobre el sector de organización de eventos (Alexandre, 2010), el 16% son bodas, el 5% son comuniones, el 7% son bautizos, el 21% son fiestas de cumpleaños, el 3% son despedidas de solteros, el 13% son fiestas de Año Nuevo, el 18% son graduaciones y el 17% eventos corporativos.

Por lo tanto, se prevé que en el primer año se harán 13 bodas, 4 comuniones, 6 bautizos, 17 fiestas de cumpleaños, 3 despedidas de solteros, 10 fiestas de Año Nuevo, 14 graduaciones y 13 eventos corporativos.

Por consiguiente, se estima que se realicen 79 eventos en total en el primer año. Como se prevé que esta actividad tenga buenos resultados durante el primer año debido a la confianza que depositan los clientes en *PLUS EVENTS* y a la exclusividad de los servicios ofrecidos, se estima que en el segundo año aumenten las ventas en 2 servicios por cada tipo de celebración y lo mismo ocurrirá en los próximos años.

El importe de la *previsión de ventas* se ha estimado a partir de los costes de ventas, que es la partida de gastos más significativa para una empresa de este tipo.

Para efectuar el cálculo del *coste de ventas*, primero se ha estimado una media de invitados para cada tipo de celebración, que variará dependiendo del evento que se realice. Posteriormente, se ha tenido en cuenta el precio medio de los proveedores más asequibles al tipo de evento.

Por ejemplo, para los eventos de bodas, comuniones, bautizos, graduaciones y eventos corporativos se ha previsto que el lugar de celebración por el que los clientes optarán más será Tierra Bella, Torre del Pino y el Hotel Vincci, ya que según el estudio del sector de eventos en España (EMA, 2018), son las fincas y los hoteles, los más demandados para celebraciones de este tipo.

Sin embargo, para una fiesta de cumpleaños se ha hecho un promedio de los precios de Turibamba Ocio y Bar Fígaro y para las despedidas de soltero/a y fiestas de Año Nuevo, se ha tenido en cuenta únicamente el Bar Fígaro, partiendo de que los clientes demandan más estos tipos de lugares para estos eventos. Los precios del lugar de la celebración variarán en función del número de invitados medio que se ha estimado.

Para el resto de los servicios se ha hecho lo mismo, excepto en el servicio de catering, que no se ha tenido en cuenta en los lugares de celebración donde ya viene incluido este servicio y el servicio del transporte de limusinas que éste sólo se ha considerado para los eventos de bodas. Para el resto de eventos, se ha cogido el otro proveedor de transporte.

Para calcular *el importe de cada evento*, se ha tenido en cuenta que la empresa recibe un margen de beneficio del 15%, como se ha comentado en la estrategia del precio.

7.4. Previsión de gastos anuales

Posteriormente, se va a desglosar cada uno de los gastos en los que la empresa va a incurrir para realizar las ventas.

Los *gastos de personal* donde se incluyen los sueldos de tres agentes cualificados en la planificación y organización de eventos, además del salario de la emprendedora de la empresa. Siguiendo la media del sueldo para un coordinador de eventos en España (Indeed , 2020), el salario será de 1.346€ al mes.

Además, se necesitará personal de limpieza para mantener la oficina en buen estado. Para ello se contará con una persona que trabajará tres horas dos días a la semana. El salario que tendrá será de 8,30€ la hora, siendo este el sueldo medio de un operario de limpieza en España (Indeed, 2020), por lo que tendrá un sueldo de 199,20€ al mes. Por consiguiente, el total de sueldos y salarios es de 66.998,40€ al año.

Como se está comenzando la actividad, la autónoma opta por acogerse a la cuota mínima exigida en el régimen de trabajadores autónomos (RETA, 2020), cuyo importe es de 286,1€, por lo que el importe anual corresponderá a 3.433,2€.

La seguridad social de cada agente a cargo de la empresa ascenderá a 415,91€ al mes, teniendo en cuenta que el 30,90% es a cargo de la empresa (COLEX , 2020). En cuanto a la seguridad social del servicio de limpieza, éste será de 61,55€. Por lo que la seguridad social total entre los tres agentes y el de la limpieza será 15.711,36 € al año.

Posteriormente, se desglosará el sueldo mensual que percibirá cada trabajador.

FIGURA 7.4.1.: Sueldos Mensuales

Salarios	Salario base	Ss a cargo del trabajador (6,35%)	Retenciones IRPF (4%)	Salario que se recibe
Autónomo	1.346€	85,47€	53,84	1206,69€
Agentes				
Limpieza	199,20€	12,65€	7,97	178,58€

FUENTE: Elaboración Propia

También se dispondrá de *cuatro vehículos*, para que los agentes puedan desplazarse a los eventos. Para ello, lo más conveniente será realizar un renting para cada uno. A través de esta modalidad se obtiene una serie de ventajas económicas y fiscales, destacando el hecho que no existe una inversión inicial ni gastos imprevistos o que las cuotas son deducibles fiscalmente en su totalidad. Además, no se tendrán gastos de mantenimiento ni que asumir la depreciación del vehículo. La marca de los vehículos es

Seat León y el alquiler de cada coche asciende a 247€/mes, lo que supone 11.856€ al año ambos coches.

Otro gasto que no se tiene que olvidar es la **prima de seguros**. Para el desarrollo de la actividad que tiene la empresa *PLUS EVENTS* es necesario contratar un seguro de responsabilidad civil que estará valorado en 650€ al año (Mazolli, 2019).

PLUS EVENTS contratará los servicios de **determinados servicios profesionales ajenos** a la empresa, en este caso se contará con una empresa de prevención de riesgos laborales que ascenderá a 1.200€ al año (Mazolli, 2019).

En lo que respecta a los gastos de **publicidad y promoción**, *PLUS EVENTS* para darse a conocer entre las distintas redes sociales, tendrá que invertir en esta partida. Este gasto ascenderá a un total de 1.500€ al año.

Por otra parte, los **servicios bancarios y similares** se limitan a los cobros por parte de la entidad de gastos de correo, comisiones de transferencias... estos gastos se estiman que ascenderán a 210€/año (Mazolli, 2019).

Otros gastos en los que incurre una empresa de este tipo son **los tributos municipales**, es decir, las tasas municipales de actividad y están valorados en 300€ al año (Mazolli, 2019).

Como **otros gastos** se tienen en cuenta los gastos relativos al total de suministros tales como la luz, el agua, Internet y el teléfono fijo. Dicha partida asciende a 2.815,56€ al año y su desglose aparece en el Anexo VI.

Los **gastos de amortización** también se deben de incluir dado que es un gasto fiscalmente deducible (Agencia Tributaria, 2020). El total de estos gastos sería de 2.873,49 €, cuyo desglose es el siguiente:

- Amortización del mobiliario (10%): 135,00€
- Amortización de materiales de oficina y decoración (25%): 116,47€
- Amortización del local (3%): 1.395€
- Amortización de equipos informáticos (25%): 732,02€
- Amortización de programas informáticos (33%): 495€

7.5. Estimación de los flujos de caja

Los flujos de caja son flujos de entrada y salida de caja o efectivo, en un periodo dado, y que facilita información acerca de la capacidad que va a tener *PLUS EVENTS* para pagar las deudas.

La duración estimada para este proyecto es de cuatro años.

El *impuesto* es del 25% en el sector de organización de eventos, por tanto es el que se tiene que aplicar.

Todos los gastos anuales considerados, se van a ver aumentados en los próximos años en un 4% debido al Índice de Precios de Consumo (IPC), excepto los salarios que se prevé que aumenten en un 2,2% (Garcia, 2020).

Dado que la amortización del material de oficina, de la decoración y del equipamiento informático se amortizan en cuatro años y los programas informáticos sólo se amortizarían 15€ en el cuarto año, estas inversiones quedarían totalmente amortizadas. Sin embargo, a final del último año quedaría sin amortizar el mobiliario y el local por 810,03€ y 40.920€ respectivamente. Esto en los flujos de caja, se vería reflejado como *ajuste del valor residual*, ya que el valor residual coincide con el valor contable.

A continuación, se presentan los flujos de caja para los cuatro años del proyecto.

TABLA 7.5.1.: Estimación de Flujos de Caja con Financiación Ajena

AÑOS	0	1	2	3	4
Ventas		1.260.840,94	1.466.535,38	1.672.229,81	1.877.924,24
(-) Coste de Ventas		- 1.071.714,80	- 1.246.555,07	- 1.423.495,34	- 1.598.635,60
(-) Gastos de personal		- 66.998,40	- 68.472,36	- 69.978,76	- 71.518,29
(-) Seguridad Social de autónomos		- 3.433,20	- 3.570,53	- 3.713,35	- 3.861,88
(-) Seguridad Social de agentes y limpieza		- 15.711,36	- 16.339,81	- 16.993,41	- 17.673,14
(-) Renting de los coches		- 11.856,00	- 12.330,24	- 12.823,45	- 13.336,39
(-) Prima de seguros		- 650,00	- 676,00	- 703,04	- 731,16
(-) Servicios profesionales independientes		- 1.200,00	- 1.248,00	- 1.297,92	- 1.349,84
(-) Publicidad y promoción		- 1.500,00	- 1.560,00	- 1.622,40	- 1.687,30
(-) Servicios bancarios y similares		- 210,00	- 218,40	- 227,14	- 236,22
(-) Otros tributos		- 300,00	- 312,00	- 324,48	- 337,46
(-) Otros gastos		- 2.815,56	- 2.928,18	- 3.045,31	- 3.167,12
(-) Amortización		- 2.873,49	- 2.873,49	- 2.873,49	- 2.489,23
(-) Intereses		- 2.001,31	- 1.634,80	- 1.252,15	- 852,63
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS		79.576,83	107.816,48	135.131,73	162.900,61
(-) Gastos por impuestos		- 19.894,21	- 26.954,12	- 33.782,93	- 40.725,15
BENEFICIO NETO		59.682,62	80.862,36	101.348,80	122.175,45
(-) Inversión	- 56.411,97				
(+) Préstamo	45.411,97				
(+) Subvención	4.000,00				
(-) Cuota de amortización		- 8.316,37	- 8.682,87	- 9.065,52	- 9.465,04
(+) Amortización		2.847,09	2.847,09	2.847,09	2.847,09
(+) Ajuste a valor residual					41.730,03
RENDIMIENTOS NETOS	- 7.000,00	54.213,34	75.026,58	95.130,37	157.287,53

FUENTE: Elaboración propia

7.6. Criterios de valoración

Posteriormente, se van a aplicar diferentes criterios de valoración para comprobar si es un proyecto viable.

En primer lugar, se necesita conocer la rentabilidad mínima exigida por la empresa y se hará mediante el cálculo del *coste de capital promedio ponderado*. Para hallar dicho coste, se va a aplicar una inflación de 0,91%, dicho porcentaje es la inflación media de España en 2020 (Inflation. EU, 2020).

En cuanto al tipo de interés de recursos propios, se ha tomado como referencia la media del tipo de interés de los últimos tres años de la empresa zaragozana *EVENTOS QUININ* que corresponde a 25,73% (SABI, 2020).

Por último, el coste considerado para los de recursos ajenos es del 3,305%, teniendo en cuenta que por el préstamo se paga un interés del 4,407% menos el efecto impositivo (Préstamos ICO, 2020). Por consiguiente, el coste de capital es de 8,66%.

7.6.1. Criterios de valoración parciales

Los criterios parciales son los que se van a detallar a continuación.

En primer lugar, el **Pay back** o también llamado plazo de recuperación. Se trata de un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto sobre la base de cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja calculados (Velayos, 2018). Para ello, la fórmula empleada es:

$$\sum_{s=1}^k FC_s = C_0$$

La inversión de este proyecto se espera recuperar en tan sólo 1 mes y 17 días.

En segundo lugar, el **Pay back descontado** es un método de evaluación de inversiones dinámico que determina el momento en que se recupera el dinero de una inversión, teniendo en cuenta los efectos del paso del tiempo en el dinero (Sarrahima, 2017). La fórmula es la siguiente:

$$\sum_{s=1}^k FC_s (1+i)^{-s} = C_0$$

En este caso, el desembolso inicial se recuperará en 1 mes y 20 días.

7.6.2. Criterios de valoración globales

Para averiguar la rentabilidad de este proyecto, utilizando los criterios de valoración globales, los dos métodos más utilizados para este tipo de análisis son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).

El **Valor Actual Neto** es un indicador del cálculo dinámico de la inversión. Los inversores utilizan el VAN para determinar el valor de los pagos e ingresos futuros en el momento actual. De esta manera, se pueden comparar importes de diferentes periodos de cálculo y las diferentes oportunidades de inversión se pueden contrastar con respecto a su rentabilidad (IONOS, 2019). La fórmula empleada es:

$$VAN = -C_0 + \sum_{s=1}^n FC_s (1+i)^{-s}$$

El VAN en este proyecto asciende a 295.808,76€, por lo que se considera un proyecto viable, ya que es positivo.

La **Tasa Interna de Rendimiento** es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. También se denomina como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado (Sevilla, 2020). La fórmula utilizada es:

$$C_0 = \sum_{s=1}^n FC_s(1+r)^{-s}$$

En este negocio la TIR será de 811,40%, por lo que se aceptará el proyecto dado que la TIR es mayor que el coste de capital.

Como información adicional para completar el análisis del proyecto realizado, se ha calculado el número de eventos a partir del cual el proyecto comienza a ser viable en cada uno de los años que dura dicho proyecto.

Para que el proyecto saliese rentable, los eventos que se tendrían que hacer serían 56 en el primer año, 71 en el segundo, 87 en el tercero y 104 eventos en el cuarto año, considerando que las fiestas de cumpleaños seguirían siendo los eventos más demandados y las graduaciones, menos demandadas.

7.7. Análisis de sensibilidad

En el siguiente apartado se va a ver cómo afectaría al proyecto, las posibles desviaciones que se pueden generar respecto a las previsiones. Se determina que la variable más relevante para realizar este análisis es el número de eventos. En el escenario más optimista, se supone que habrá un aumento de 6 eventos por cada tipo de celebración y en el escenario pesimista, se va a suponer que sólo se van a realizar la mitad de los eventos de cada tipo, ya que es una empresa de nueva creación.

TABLA 7.7.1.: Valor Actual Neto en el Escenario Optimista y Pesimista

ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA
VAN= 521.198,04€	VAN= 8.916,04€
VARIACIÓN= 76,19%	VARIACIÓN= -97%

FUENTE: Elaboración propia

Como se puede ver, en ambos escenarios, el proyecto de inversión es viable con un VAN superior a 0, pero el valor actual neto en el escenario pesimista disminuye considerablemente con respecto al VAN esperado, concretamente en un 97%, ya que no

se cumple con las expectativas. Sin embargo, el escenario optimista se ve aumentado en un 76,19%.

8. CONCLUSIONES

Para concluir con este proyecto acerca de la apertura de una empresa de organización de eventos en la ciudad de Zaragoza, se puede decir que llega a ser una empresa referente en este sector, integrando novedosas iniciativas que motivan a los clientes la necesidad de contratar estos servicios.

El macroentorno de la empresa es favorable para desarrollar toda la actividad, se observa que las familias siguen celebrando bodas, bautizos, comuniones y las empresas siguen haciendo eventos corporativos, por lo tanto, el sector sigue siendo fuerte debido a la demanda existente de este tipo de eventos. No obstante, hay que mencionar que la situación actual que está pasando el país puede afectar al desarrollo económico futuro.

Desde el punto de vista operativo, la forma jurídica que va a presentar esta empresa es la de responsabilidad limitada de nueva creación dado las características de este negocio y el sector en el que va a desarrollar su actividad.

Para dar a conocer esta empresa, se va a realizar acciones comerciales con el fin de presentar nuevos servicios a todo el público objetivo, especialmente, se utilizarán las redes sociales como Facebook, y también se dispondrá de una página web donde se describirá todas las actividades de la empresa. Además, se dejarán tarjetas de visita con los contactos en los diferentes eventos para los invitados que estén interesados y les haya llamado la atención esta empresa.

En cuanto a la competencia, la empresa más potencialmente competidora es *COCO EVENTOS*.

Tras la realización del plan de inversión-financiación, la implantación de esta empresa genera beneficios muy pronto y en poco más de un mes se recupera la cantidad aportada por la emprendedora.

Por todas estas razones y por los resultados positivos que se han obtenido del plan de inversión-financiación, se puede llegar a la conclusión de que la empresa *PLUS EVENTS* sería viable, por lo que se podrá poner en marcha el funcionamiento de esta empresa teniendo la certeza de que será un negocio exitoso, basándose en las previsiones realizadas.

BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA

LIBROS:

GARRIDO MIRALLES, P (2017). *Análisis de estados contables: Elaboración e interpretación de la información financiera* . Pirámide, D.L. Madrid

PABLO LÓPEZ, A. (2008). *Finanzas de empresa*. 1ª ed., 4ª reimp. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, D.L.

VENTURA VICTORIA, J. (2008). *Análisis estratégico de la empresa*. Paraninfo, cop. Madrid

WEBGRAFÍA:

360.IMPRIMIR.ES. Tarjetas de visita [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 21/04/2020]. Obtenido de <https://www.360imprimir.es/tarjetas-de-visita>

AGENCIA TRIBUTARIA. *Tabla de coeficientes de amortización lineal* . [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 27/03/2020]. Obtenido de https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/Impuesto_sobre_Sociedades/Periodos_impositivos_a_partir_de_1_1_2018/Base_imponible/Amortizacion/Tabla_de_coeficientes_de_amortizacion_lineal_.shtml

ALEXANDRE, W. *Investigación de mercado sobre organización de eventos*. [Web]. 12 de junio de 2010. [Fecha de consulta: 07/04/2020]. Obtenido de <https://es.slideshare.net/walex70/presentation-final-todo-fiesta>

Área de PYMES. *Ratios del balance y de la cuenta PyG*. [Web]. Año 2019. [Fecha de consulta 14/30/2020]. Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=ratios-de-cobertura-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bcai#m91>

AYE . *Tipos de sociedades, formas jurídicas y sus características*. [Web]. Año 2016. [Fecha de consulta 23/02/2020]. Obtenido de Web: <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/guias-de-emprendimiento/tipos-sociedades-formas-juridicas-caracteristicas/20161217183257010005.html>

BANCO DE ESPAÑA. *Resultados agregados sectoriales* . [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de

- https://app.bde.es/asc_web/resultado.html?c=1d50ae80-0e1b-422d-21dc-1d126fc4b893&l=es
- BAR FÍGARO. *Celebraciones y eventos*. [Web] 7 de abril de 2020. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de Web: <http://barfigaro.es/>
- BERNAL, J. *Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) ¿Qué es y cómo usarlo?* [Web]. 25 de enero de 2016. [Fecha de consulta: 17/02/2020]. Obtenido de <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>
- BODAS.NET "*Proveedores*". [Web]. Año 2017. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de <https://www.bodas.net/bodas/proveedores>
- COLEX. *Bases máximas y mínimas por contingencias comunes y tipos de cotización al Régimen General Seguridad Social para el año 2020*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de Web: <https://www.iberley.es/temas/bases-tipos-cotizacion-regimen-general-seguridad-social-ano-2020-11041>
- CONFORAMA. "*Escritorio con estantes STO 2: Silla de oficina EXPERT*". [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de <https://www.conforama.es>
- DATOS MACRO. *Expansión*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 17/02/2020]. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>
- DESKIDEA. "*Catálogo de material de oficina*". [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 17/02/2020]. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>
- EDENRED. *Rentabilidad Económica y Financiera: diferencias entre ROI y ROE*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 15/03/2020]. Obtenido de <https://blog.edenred.es/rentabilidad-economica-y-financiera-diferencia-entre-roi-y-roe/>
- EMA. *Estudio sobre el sector de eventos en España*. [Web]. Noviembre de 2018. [Fecha de consulta 07/04/2020]. Obtenido de <https://www.eventmanager.es/la-ema-presenta-el-primer-estudio-sobre-el-sector-de-eventos-en-espana/>
- ESPINOSA, R. *Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento*. [Web]. 31 de mayo de 2015. [Fecha de consulta 26/02/2020]. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>
- GARCIA, L. *Los salarios en España subirán el mínimo en 2020*. [Web]. 12 de diciembre de 2020. [Fecha de consulta: 28/03/2020]. Obtenido de https://cronicaglobal.elespanol.com/business/los-salarios-en-espana-subiran-el-minimo-en-2020_302174_102.html

- GESTIOPOLIS. *¿Qué es la estabilidad financiera?* [Web]. 26 de junio de 2002. [Fecha de consulta 16/02/2020] Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-estabilidad-financiera/>.
- HOTEL VINCCI. *Hotel Vincci Zaragoza Zento en Zaragoza*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de <https://www.vinccizaragozazentro.com/>
- IBBA. *Análisis económico-financiero. ¿Qué es y para qué sirve?*. [Web]. Año 2018. [Fecha de consulta 13/03/2020]. Obtenido de <https://www.memoryconsulting.es/analisis-economico-financiero-que-es-y-para-que-sirve/>
- IKEA. "Reloj de pared, negro 28cm; Imagen+marco, Ola japonesa, negro, 140x100cm; Planta artificial, int/ext, orquídea blanco, 7cm; Planta artificial, int/ext monstera, 19cm". [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de <https://www.ikea.com/>
- INDEED. *Salario de un coordinador de eventos en España*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 21/4/2020]. Obtenido de <https://www.indeed.es/salaries/coordinador-de-eventos-Salaries,-Comunidad-de-Madrid>
- INDEED. *Salario de un operario de limpieza en España*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 15/04/2020]. Obtenido de <https://www.indeed.es/salaries/intendente-Salaries?period=hourly>
- INFLATION. EU. *Inflación Media en España en 2020*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 15/04/2020]. Obtenido de <https://es.inflation.eu/tasas-de-inflacion/espana/inflacion-historica/ipc-inflacion-espana-2020.aspx>
- INFOAUTÓNOMOS. *Subvenciones para autónomos y PYMES*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 24/04/2020]. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/ayudas-subvenciones-autonomos/ayudas-y-subvenciones-para-autonomos/>
- INVEST IN ARAGON. (2020). *Clima de negocios*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 17/02/2020]. Obtenido de <http://www.investinaragon.com/por-que-aragon/clima-de-negocios/?lang=es>
- IONOS. *Valor Actual Neto: así se calcula el valor actual neto de tu inversión*. [Web]. 7 de julio de 2019. [Fecha de consulta 15/04/2020]. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/valor-actual-neto/>

- LEROY MERLIN. Láminas Naturaleza 30x40cm. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 21/04/2020]. Obtenido de <https://www.leroymerlin.es/fp/82511777/lamina-de-40-x-30-cm>
- MAZOLLI, S. *Agencia de organización de eventos* . [Web]. 22 de febrero de 2019. [Fecha de consulta 16/02/2020]. Obtenido de www.emprendedores.es/crear-una-empresa/g57062/plan-de-negocio-agencia-de-organización-de-eventos/
- MEDIAMARKT. *Ordenador de sobremesa; Impresora multifunción láser - Brother MFC - l 2710DW; Pack de teclado y ratón Logitech Wireless Desktop Mk 220; Router portátil - TPLink* [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de <https://www.mediamarkt.es/>
- MOTTARD, MUÑOZ. *Estudio de Mercado 2019. La batalla por la relevancia* . [Web]. Marzo de 2019. [Fecha de consulta 07/04/2020] Obtenido de https://www.eventoplus.com/conocimientofiles/descargas/estudiodemercado2019.pdf?utm_source=Env%C3%ADo+estudio+mercado+completo&utm_campaign=ee6daa6392-
- ONE DIRECT. *Teléfono Grandstream IP para pequeñas empresas*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 21/04/2020]. Obtenido de <https://www.onedirect.es/productos/grandstream/grandstream-gxp1610>
- PISOS.COM. *Local comercial Actur Rey Fernando*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 27/03/2020]. Obtenido de https://www.pisos.com/comprar/local_comercial-actur_rey_fernando50018-90845405405_101800/
- PRÉSTAMOS ICO. *Instituto de Crédito Oficial* . [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 28/03/2020]. Obtenido de <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores/-/lineasICO/view?tab=tipoInteres>
- QUIROA, M. (2019). *Canal de Distribución Directo* . [Web]. Año 2019. [Fecha de consulta 26/02/2020]. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-directo.html>
- RETA. *Cuota de autónomos*. [Web]. Año 2019. [Fecha de consulta 29/03/2020]. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/seguridad-social/cuota-de-autonomos-cuanto-se-paga/>
- SABI. *Sistema de Análisis de Balance Ibéricos. Coco Eventos, Eventos Quinin* . [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 13/03/2020]. Obtenido de

- <https://sabi.bvdinfo.com/version2020226/SSOLogin.serv?product=sabineo&loginpostback=true&ssotoken=LmIrHPX18Uc1t4oJ8Zh7mQ%3d%3d>
- SANTANDER TRADE . *España: Economía y Política*. [Web]. Año 2019. [Fecha de consulta 16/02/2020]. Obtenido de <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/spain/economic-political-outline>
- SARRAHIMA, R. *Pay back descontado o plazo de recuperación descontado*. [Web]. 20 de Noviembre de 2017. [Fecha de consulta 15/04/2020]. Obtenido de Web : <https://raimon.serrahima.com/payback-descontado-plazo-recuperacion-descontado>
- SELPAPER: *Papelera metálica rejilla color negro, malla de metal*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 27/03/2020]. Obtenido de <https://www.selfpaper.com/html/papelera-metalica-rejilla-malla-metak.negro-g.html>
- SEVILLA, A. *Tasa interna de retorno (TIR)*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 27/03/2020]. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- SWIPCAR: *Rentings de coches nuevos*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 20/04/2020]. Obtenido de <https://swipcar.com/es/renting-seat/ibiza/1-dot-0-ecotsi-style>
- TELEFÓNICA. *La mejor fibra óptica Simétrica*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 26/04/2020]. Obtenido de <http://www.movistar.es/empresas/para-tu-oficina/conectividad-internet/adsl-empresas/>
- TIERRA BELLA. *Un espacio incomparable* . [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de Web: <http://www.tierrabella.es/>
- TORRE DEL PINO. *Finca Torre del Pino*. [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de <https://www.torredelpino.com/finca-torre-del-pino>
- TOVER.I. *Análisis de la situación financiera a corto plazo*. [Web]. Octubre de 2014. [Fecha de consulta: 14/03/2020]. Obtenido de <https://es.slideshare.net/maggly/anlisis-de-la-situacin-financiera-a-corto-plazo-liquidezs-3>
- TRENZA, A. *Ratio de Solvencia: Definición, fórmula y ejemplos*. [Web]. 23 de julio de 2018. [Fecha de consulta 16/02/2020]. Obtenido de Web: <https://anatrenza.com/ratio-de-solvencia/>

- TRENZA, A. *Análisis Pestel: ¿Qué es y para qué sirve?* [Web]. Año 2019. [Fecha de consulta 14/03/2020]. Obtenido de <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>
- TURIBAMBA OCIO. *Cumpleaños y fiestas infantiles.* [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 25/02/2020]. Obtenido de <http://turibambaocio.com/>
- VELAYOS, V. *Pay Back o plazo de recuperación .* [Web]. Año 2018. [Fecha de consulta 15/04/2020]. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- VIKING. *Armario persiana alto Realspace Puertas correderas plata 1.200x450x4980 mm* [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta: 27/03/2020]. Obtenido de <https://www.viking.es/a/pb/Armario-persiana-alto-Realspace-Puertas-correderas-plata-1200-x-450-x-1980-mm/id=4707288/?pr=QE1>
- ZAMORA, E. *Contabilidad, Economía y Temas de Empresa. Ratio de Endeudamiento: Cálculo e Interpretación .* [Web]. Año 2020. [Fecha de consulta 14/03/2020]. Obtenido de Web: <https://www.contabilidae.com/ratio-endeudamiento-interpretacion-ejemplos/>
- ZAMORA, E. *Contabilidad, Economía y Temas de Empresa. Ratio de Liquidez: Fórmula, Interpretación y Ejemplos .* Año 2020. [Fecha de consulta 13/03/2020]. Obtenido de Web : <https://www.contabilidae.com/ratio-liquidez/>

ANEXOS

ANEXO I: Forma Jurídica

Dado que tiene la figura de sociedad de responsabilidad limitada de nueva empresa, el proceso de constitución de este tipo de empresa conllevará los siguientes pasos:

1. **Denominación social:** El fundador deberá, en primer lugar, realizar los trámites para obtener la denominación social de la Nueva Empresa. La denominación social estará formada por los dos apellidos y nombre del fundador y de un código alfanumérico, llamado ID-CIRCE, seguido de las palabras de la forma jurídica “SLNE”.
2. **Número de identificación fiscal:** esta empresa será registrada en la Agencia Tributaria (AEAT) como persona física. Para ello, el número de identificación fiscal de las personas físicas de nacionalidad española será el número de su documento nacional de identidad (DNI), seguido por el código de verificación.
3. **Escritura pública:** acto por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de Constitución de la Sociedad. Se realiza obligatoriamente ante notario.
4. **Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados en la Consejería de Hacienda de las CC.AA.:** Es un tributo que graba las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados. En este caso, al tratarse de una empresa de nueva creación, estaría exento del pago de este impuesto, pero se debe entregar el modelo 600 explicando dicha exención.
5. **Inscripción en el Registro Mercantil:** la empresa deberá inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia de Zaragoza. La inscripción de una sociedad produce su plena capacidad jurídica. Al ser empresario individual, la inscripción es voluntaria.

Para la puesta en marcha del negocio se necesitará una serie de trámites tales como:

- **Trámites generales:** alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores. Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social en la Tesorería General de la Seguridad Social, legalización del libro de actas, del libro de registro de socios, del libro – registro de acciones nominativas y del libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad en el Registro Mercantil Provincial, Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales en el Registro Mercantil Provincial y la obtención de un certificado electrónico en el Registro Mercantil Provincial.

- **Trámites según la actividad:** licencia de actividad en Ayuntamientos, inscripción en otros organismos oficiales y/o registros, en este caso, sería en el Registro de empresas para la organización de eventos. Otro trámite es el registro de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de Protección de Datos
- **Otros trámites:** para tener protección jurídica de la marca o nombre comercial, es necesario registrarla en la Oficina Española de Patentes y Marcas, ya que el tener registrada una denominación social en el Registro Mercantil no supone que el nombre esté protegido jurídicamente como marca.

ANEXO II: Balances de Situación

TABLA 5.1.: Balance de Situación de Coco Eventos

Cuentas No Consolidadas	31/12/2018 EUR	31/12/2017 EUR
	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007
Balance de situación		
Inmovilizado	34.507	10.556
Inmovilizado inmaterial	n.d.	267
Inmovilizado material	34.507	9.500
Otros activos fijos	n.d.	789
Activo circulante	86.751	62.125
Existencias	n.d.	3.151
Deudores	n.d.	196
Total activo	121.258	72.680
Fondos propios	3.875	633
Capital suscrito	3.000	3.000
Otros fondos propios	875	-2.367
Pasivo fijo	31.111	n.d.
Acreeedores a L. P.	31.111	n.d.
Otros pasivos fijos	0	0
Provisiones	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	86.272	72.048
Deudas financieras	n.d.	n.d.
Acreeedores comerciales	975	6.643
Otros pasivos líquidos	85.297	65.404
Total pasivo y capital propio	121.258	72.680

FUENTE: SABI Coco Eventos Zaragoza S.L.

TABLA 5.1.: Balance de Situación Eventos Quinin

Cuentas No Consolidadas	31/12/2018 EUR	31/12/2017 EUR
	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007
Balance de situación		
Inmovilizado	43.732	54.757
Inmovilizado inmaterial	n.d.	n.d.
Inmovilizado material	6.456	9.574
Otros activos fijos	37.276	45.183
Activo circulante	99.856	113.525
Existencias	30.000	30.000
Deudores	41.358	26.189
Otros activos líquidos	28.499	57.336
Tesorería	28.499	57.336
Total activo	143.588	168.281
Fondos propios	-59.217	-79.777
Capital suscrito	3.010	3.010
Otros fondos propios	-62.227	-82.787
Pasivo fijo	n.d.	n.d.
Acreedores a L. P.	n.d.	n.d.
Otros pasivos fijos	0	0
Provisiones	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	202.805	248.059
Deudas financieras	67.029	77.770
Acreedores comerciales	101.063	140.463
Otros pasivos líquidos	34.713	29.826
Total pasivo y capital propio	143.588	168.281

FUENTE: SABI Eventos Quinin Sociedad Limitada

ANEXO III: Cuenta de pérdidas y ganancias

TABLA 5.2.: Cuenta de Pérdidas y Ganancias COCO EVENTOS

Cuentas No Consolidadas	31/12/2018 EUR	31/12/2017 EUR
⊞	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007
Cuentas de pérdidas y ganancias		
Ingresos de explotación	174.389	127.442
Importe neto Cifra de Ventas	174.389	127.442
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	4.323	-1.953
Ingresos financieros	0	0
Gastos financieros	0	0
Resultado financiero	0	0
Result. ordinarios antes Impuestos	4.323	-1.953
Impuestos sobre sociedades	1.081	-488
Resultado Actividades Ordinarias	3.242	-1.465
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	3.242	-1.465

FUENTE: SABI Coco Eventos Zaragoza S.L.

TABLA 5.2.: Cuenta de Pérdidas y Ganancias EVENTOS QUININ

Cuentas No Consolidadas	31/12/2018 EUR	31/12/2017 EUR
⊞	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007	12 meses Pendiente de tratamiento PYME PGC 2007
Ingresos de explotación	512.557	726.697
Importe neto Cifra de Ventas	512.557	726.697
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	31.340	-63.016
Ingresos financieros	100	280
Gastos financieros	2.973	3.293
Resultado financiero	-2.873	-3.013
Result. ordinarios antes Impuestos	28.467	-66.029
Impuestos sobre sociedades	7.907	-16.507
Resultado Actividades Ordinarias	20.561	-49.522
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	20.561	-49.522

FUENTE: SABI Eventos Quinin Zaragoza S.L.

ANEXO IV: Características del local



- Superficie construida: 48m²
- Distribuida en 2 estancias
- Local diáfano sin columnas y con techos altos
- Suelos de tarima flotante
- Conservación: en buen estado
- Baños: 1
- Aire Acondicionado: frío
- Calefacción: central

ANEXO V: Desglose de la compra de material de oficina

- Grapadoras: 4 unidades por 5,15€ cada una
- Cinta correctora TIPPEX micro tape twist: 8 unidades a 1,89€ cada uno
- POST-IT Pack Ahorro 16+4 blocs 38x51 amarillo 6,69€
- STABILO Boss Original Marcador fluorescente Amarillo Ref. 70/24: 7 unidades por 1,05€ cada uno
- Papel blanco multifunción Navigator A4 de 80 gramos (500 hojas): 10 paquetes por 3,90€ cada uno
- Tijeras de precisión de 18cm Scotch: 5 unidades por 8,16€ cada una
- Bolígrafo Bic Cristal Azul, un blister de 5 unidades: 10 blisters a 2,29€ cada uno
- Clips Niquelados 2 Cubilete de 1000 Clips por 5,73€ cada una

- Calculadora citizen sobremesa business line eco eficiente solar y pilas 12 dígitos 136x100x32mm: 4 unidades a 8,99€ cada una

ANEXO VI: Desglose de los gastos de suministro

- El importe de la luz es estima que será de 150€ al mes, teniendo en cuenta que se contratará una potencia de menos de 10kW con la compañía de Endesa.
- El importe del agua se prevé que será de 40€ al mes, considerando este gasto de una empresa de este tipo.
- El importe de Internet y teléfono fijo es de 44,63€ al mes, contratando la Fibra Óptica Simétrica de Telefónica Empresas que oferta Movistar (Telefónica, 2020), donde se incluye internet, teléfono con llamadas ilimitadas, servicio de mantenimiento y sustitución de router.