



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Estudio de la viabilidad económico-financiera de
un proyecto de inversión: compañía de
organización de eventos online.

Autor/es

Andrea Ovede Ballesteros

Director/es

María Pilar Pellejero Castillo

Grado en Finanzas y Contabilidad
Facultad de Economía y Empresa (Campus Río Ebro)
Curso: 2015/2016

RESUMEN EJECUTIVO

Lo que se pretende con este trabajo es estudiar la viabilidad económico financiera de un negocio, tal y como el título del trabajo especifica. En este caso se ha decidido crear una compañía de organización de eventos que opera por internet, no tiene local físico. Se ha decidido esto porque este sector todavía se está expandiendo, de hecho cada vez van llegando más clientes y se van explorando nuevos servicios y, además, las ventas por internet se incrementan más cada día.

El despacho desde el cual se gestionará todo estará localizado en la vivienda familiar de la directora en Barcelona, más exactamente en Paseo de Gracia ya que es un lugar céntrico.

Principalmente se describirá el negocio y se seleccionará su forma jurídica, a continuación, mediante el uso de herramientas de análisis estratégico, se estudiará la empresa y su entorno y se llegará a la conclusión de que dificultades va a encontrar en un inicio y qué es lo que debería hacer para superarlas. Después el director realizará un análisis económico en el que se mostrarán los ingresos y gastos estimados del negocio y su evolución. Finalmente, mediante un análisis financiero que tendrá en cuenta varios escenarios, se determinará si el proyecto es viable o no. En este caso se ha llegado a la conclusión de que el proyecto no es viable.

ABSTRACT

The finality of this work is to study the economic and financial viability of a business, as the title of the work specified. In this case it was decided to create a company event organization that operates on the internet, it has not physical location. It has been decided this because this sector is still expanding, in fact every time come more customers and will explore new services and, also, online sales are increasing every day.

The office will be managed from which all will be located in the family home of the director in Barcelona, more precisely in Paseo de Gracia as it is a central location.

Mainly is described the business and its legal form is selected, then, using strategic analysis tools, the company and its environment will be studied and will come to the conclusion that difficulties will find in the beginning and what the director should do to overcome them. After the director will realize an economic analysis in which income and estimated expenses of the business and its evolution will be displayed. Finally, with a financial analysis by taking into account various scenarios, will determine if the project is viable or not. In this case it has been concluded that the project isn't viable.

ÍNDICE

1.-INTRODUCCIÓN	7
1.1.-JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO:	7
1.2.-METODOLOGÍA:	8
1.3.-HORIZONTE TEMPORAL:	9
2.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO Y FORMA JURÍDICA:.....	9
2.1.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO:	9
2.1.1.-Marketing Mix:	10
2.2.-FORMA JURÍDICA:	12
3.-ANÁLISIS DEL ENTORNO:.....	13
3.1.-SITUACIÓN ECONÓMICA	13
3.2.-ENTORNO ESPECÍFICO:	16
3.3.-ANÁLISIS FUERZAS DE PORTER:	19
3.3.1- Rivalidad entre competidores:.....	19
3.3.2.- Amenaza de entrada de nuevos competidores:	21
3.3.3.- Amenaza de ingreso de productos sustitutivos:	23
3.3.4.- Poder de negociación de los proveedores:	24
3.3.5.- Poder de negociación de los consumidores:.....	24
3.3.6.- Conclusiones generales:	26
3.4.-ANÁLISIS DAFO:.....	26
3.4.1.- Fortalezas:	26
3.4.2.- Oportunidades:	27
3.4.3.- Debilidades:.....	28
3.4.4.- Amenazas:	29
3.4.5.- Conclusión:	30
4. ANÁLISIS ECONÓMICO	30
4.1. INVERSIÓN INICIAL:.....	30
4.2. PLAN DE AMORTIZACIÓN:	32
4.3. FINANCIACIÓN:	33
4.4. PLAN DE VENTAS:	34
4.5. GASTOS:	35
4.5.1.- Gastos fijos:.....	35
4.5.2.- Gastos variables:	37
4.6.- PERSONAL:	38

4.7.- RESULTADO DEL EJERCICIO:	40
5.-ANÁLISIS DE VIABILIDAD.....	41
5.1.-CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA:	41
5.2.-TASA DE DESCUENTO:	42
5.3.-EVALUACIÓN DEL PROYECTO:.....	43
5.3.1.-Payback (Período de retorno):.....	43
5.3.2.-VAN (Valor actual neto):.....	44
5.3.3.-TIR (Tasa interna de rentabilidad):	45
5.4.-ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:.....	45
5.4.1.-Escenario pesimista:.....	46
5.4.2.-Escenario optimista:	47
5.4.3.-Escenario optimista cambiando márgenes:	49
5.4.4.-Todos los escenarios sin incluir financiación ajena:	50
6.-CONCLUSIÓN	51
BIBLIOGRAFÍA	52
WEBGRAFÍA	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Tipos de la Base Imponible en 2015 y en 2016	13
Tabla 3.1: Previsiones de la evolución de la economía española en 2014, 2015 y 2016	14
Tabla 4.1: Coste de Constitución de Sociedad Limitada.....	30
Tabla 4.2: Material de Oficina.....	31
Tabla 4.3: Equipos Informáticos	31
Tabla 4.4: Mobiliario.....	31
Tabla 4.5: Desembolso inicial	32
Tabla 4.6: Amortización de los elementos patrimoniales.....	32
Tabla 4.7: Cuota de amortizaciones de mi inmovilizado	33
Tabla 4.8: Amortización del Préstamo	33
Tabla 4.9: Ingresos mensuales durante el primer año	34
Tabla 4.10: Ingresos Anuales	35
Tabla 4.11: Gastos fijos del primer año.....	36

Tabla 4.12: Gastos fijos anuales	37
Tabla 4.13: Gastos variables del primer año	38
Tabla 4.14: Gastos Variables Anuales.....	38
Tabla 4.15: Cuota de autónomo.....	38
Tabla 4.16: Salarios primer año.....	39
Tabla 4.17: Salarios segundo año	39
Tabla 4.18: Salarios tercer año	39
Tabla 4.19: Salarios cuarto año	40
Tabla 4.20: Salarios quinto año	40
Tabla 4.21: Resultado del Ejercicio.....	40
Tabla 5.1: Flujos de caja.....	42
Tabla 5.2: Payback Actualizado	44
Tabla 5.3: Resultado del ejercicio en un escenario pesimista	46
Tabla 5.4: Flujos de caja escenario pesimista.....	46
Tabla 5.6: Resultado del ejercicio en un escenario optimista.....	47
Tabla 5.7: Flujos de caja escenario optimista.....	48
Tabla 5.9: Resultado del Ejercicio Segundo Escenario Optimista:	49
Tabla 5.10: Flujos de Caja Segundo Escenario Optimista:	49
Tabla 5.12: Comparación tres escenarios financiación propia y ajena.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico 3.1: Evolución de la inflación Europea y Estadounidense	154
Gráfico 4.1: Resultado del Ejercicio.....	41
Gráfico 5.1: Resultado del Ejercicio Escenario Pesimista	46
Gráfico 5.2: Resultado del Ejercicio Escenario Optimista.....	48
Gráfico 5.3: Resultado del Ejercicio Segundo Escenario Optimista:	49

1.-INTRODUCCIÓN

1.1.-JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO:

Este trabajo de fin de grado ha sido seleccionado para poder conocer que pautas se deben seguir para poder constituir una empresa con éxito, además para ello son utilizados conocimientos tanto de contabilidad como de finanzas de diversas asignaturas del grado para efectuar el análisis económico y financiero y también de otras asignaturas como Planificación Fiscal, Planificación Estratégica, Macroeconomía, Marketing o Derecho.

Todo lo mencionado convierte al trabajo en un sistema eficaz y completo que otorga experiencia si en el futuro se quiere emprender un negocio, por lo que ya no será tan difícil empezar con él.

El trabajo pretende mostrar la viabilidad de un negocio mediante todos los análisis que se han efectuado. El negocio elegido para el análisis ha sido una empresa online de organización de eventos, un sector en el que hay muchísima competencia pero que todavía no está tan explotado como otros, por lo que se pueden obtener grandes beneficios y una buena posición en el mercado.

Será un negocio propio para poder seleccionar uno mismo los proveedores adecuados, las mejores estrategias, la posibilidad de establecer oficinas en diversos puntos en un futuro si la compañía funciona correctamente, para poder crear libremente los estatutos de la compañía y sus valores éticos, etc.

Las pautas que contendrá el trabajo serán las siguientes:

- Se describirá el negocio y se comentará la forma jurídica que se ha elegido.
- Se estudiará el entorno para poder conocer la situación actual, la situación del sector y las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la compañía para así escoger las estrategias que convienen a la empresa y para prever el éxito que se puede llegar a tener en el mercado.
- Se estimarán los ingresos y gastos que la compañía pueda tener y así, finalmente, obtener un resultado del ejercicio realista y se determinarán los flujos del proyecto.
- Se aplicarán métodos de evaluación de la viabilidad como VAN y TIR para observar

cual será la viabilidad del negocio.

-Se estudiarán escenarios distintos (positivos y negativos) para analizar la sensibilidad del proyecto y así evaluar cómo se deberían afrontar dichas situaciones y como disminuiría o aumentaría el resultado del ejercicio, como se modificarían los flujos de caja y, por tanto, como esos cambios repercutirían en el payback actualizado, VAN y TIR.

-Con todo ello se llegará a una conclusión de viabilidad o no viabilidad del negocio.

1.2.-METODOLOGÍA:

Este trabajo se va a dividir en cuatro partes que estarán bien diferenciadas entre ellas, cada una de las cuales contendrá un análisis diferente.

En la primera se describirá el negocio y se comentará la forma jurídica que éste va a tener, obteniendo información tanto del Boletín Oficial del Estado como de la web de la Agencia Tributaria e incluyendo conceptos aprendidos en Planificación Fiscal de la Empresa.

En el segundo apartado se analizará el entorno a partir de varios análisis. El primero de ellos será el del entorno general que servirá para ver cómo va España económica, tecnológica, jurídica y socialmente, e incluirá ciertos comentarios, respecto a los mismos temas, sobre la Unión Europea. El segundo será el del entorno específico para ver que tal funciona el sector, los clientes potenciales y la competencia que hay en éste. Los dos últimos se han estudiado en Planificación Estratégica y consisten en el estudio de las Cinco Fuerzas de Porter, en el cual se analizarán aspectos fundamentales para el desarrollo de la entidad (fuerzas de negociación de clientes y proveedores, probabilidad de llegada de nuevos competidores y productos sustitutivos, etc) y el DAFO en el que se verán las fuerzas y oportunidades de la empresa que deberán aprovecharse para combatir las amenazas e ir eliminando las debilidades.

El siguiente punto, que se realizará con hojas de cálculo para aprovechar los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de carrera en las diferentes asignaturas (como Econometría o Estados Financieros), consistirá en un estudio económico de la inversión efectuada en el que se detallarán los gastos en los que incurre la entidad y los ingresos que obtiene para poder prever el resultado del ejercicio que se

adquiriría y para efectuar el cálculo de flujos de caja.

Por último, en el siguiente apartado se obtendrá la viabilidad del negocio mediante la aplicación de los criterios de valoración de inversiones más importantes, VAN y TIR. Y se observarán también escenarios beneficiosos y perjudiciales para la entidad para ver cómo habría que reaccionar ante ellos y que cambios tendrían lugar en el resultado del ejercicio. De esta manera se utilizarán los conocimientos de Análisis Financiero y Gestión Financiera para concluir con el trabajo y explicar los resultados a los que se ha llegado.

1.3.-HORIZONTE TEMPORAL:

El horizonte temporal que se estima más adecuado es de cinco años. Más tiempo podría no ajustarse a la realidad ya que los ciclos económicos suelen tener una duración considerable y se acaba de comenzar uno que parece ser positivo para la economía.

Por otro lado si el horizonte fuera más pequeño tampoco sería correcto porque solo veríamos una pequeña parte de la evolución de nuestro proyecto y, probablemente, esta parte no sería suficiente para tomar decisiones adecuadas.

2.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO Y FORMA JURÍDICA:

2.1.-DEFINICIÓN DEL NEGOCIO:

El objetivo del trabajo es abrir una empresa online de organización de eventos cuya viabilidad sea buena ya que es un sector cada vez más demandado por la población para poder tener más tiempo para ellos mismos. La entidad trabajará en toda España y también en Europa, para ello se podrá acceder a la web desde diferentes idiomas. Los servicios se podrán adquirir también telefónicamente, pero los clientes que no sean españoles deberán comunicarse en inglés para poder mantener una correcta conversación.

Los eventos serán personalizados por lo que cualquier persona podrá pedirlos, tenga la edad que tenga y provenga de donde provenga, siempre y cuando lo puedan pagar y no pidan algo que no sea legal.

La oficina del negocio estará en la casa de la directora, situada en Barcelona, en el

barrio de Horta, un lugar que se caracteriza por la tranquilidad y familiaridad que se respira. La vivienda no está situada en calles céntricas como el Paseo de Gracia porque allí es mucho más cara. El cuarto es amplio y no necesita ser reformado.

Cerca del despacho se encuentran grandes lugares turísticos de Barcelona como el parque del laberinto o la calle Aiguafreda donde partes de algunas viviendas siguen siendo del siglo XIX.

La entidad va a intentar responder más rápidamente que los competidores a los pedidos de la gente, pudiendo darles una idea de cómo será el evento y el presupuesto de manera más veloz, de tal forma que la población pueda pedirlos en un período de tiempo más corto que si lo hacen en otras compañías.

Además ésta empresa va a tener valores éticos muy fuertes en sus estatutos, preocupándose siempre en su actividad por los clientes y por el medio ambiente, siendo así responsable corporativamente.

2.1.1.-Marketing Mix:

El Marketing Mix es una herramienta estudiada en el primer curso a través de la asignatura Introducción al Marketing. También es conocida como las 4 Ps y está compuesto por el producto, precio, distribución y promoción, que se estudian por separado para poder ofrecer coherentemente productos y servicios al mercado de manera eficiente.¹

-Producto: Los eventos serán personalizados para cada cliente, viva donde viva, sea como sea y tenga el presupuesto que tenga, pero siempre respetando el medio ambiente, no contratando con proveedores que no cumplan con los valores éticos de la compañía, utilizando todos los materiales reciclados y reciclables posibles, etc. Esta será una primera diferenciación.

-Precio: Los precios serán de todo tipo ya que dependerán del tipo de evento que quiera el cliente, la cuantía que quiera gastarse y donde lo quiera hacer así que todo el mundo podrá acceder a los servicios que ofrece la compañía.

¹ Cerviño Fernández, J. (2006): Marketing internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado (Empresa Y Gestión). Editorial Pirámide.

Además en un inicio habrá una política de precios que consistirá en hacer rebajas y ofertas a los eventos y, además, ofrecer algunos gratuitos a los que pueda asistir quien quiera para que así la compañía se dé a conocer.

-Distribución: La venta será electrónica ya que no habrá tienda física, habrá una página web, y telefónica, aunque los clientes que deseen también pueden ir a la oficina si eso les da una mayor confianza y también se dará la posibilidad de mantener conversaciones vía Skype si no pueden o no quieren desplazarse hasta la ciudad.

-Promoción: Cuando pase algo de tiempo se creará una cuenta para la empresa en Facebook, Instagram y Twitter para darse a conocer, en ellas se compartirán videos de los eventos, se avisará de las promociones, de los valores éticos de la compañía y de todo lo que se considere necesario que deben conocer los clientes. Además si todo va bien y la entidad comienza a obtener grandes beneficios tal vez pueda plantearse hacer una fiesta cada año a la que puedan asistir los clientes de la empresa para recompensarles por haber confiado en ella.

También se ofrecerán eventos gratuitos a hospitales, ONGs y otras organizaciones sin ánimo de lucro que se dediquen a ayudar a los más desfavorecidos, a luchar a favor del medio ambiente, a investigar sobre ciertas enfermedades, etc. Será una forma de demostrar que la entidad es responsable corporativamente y le dará mucha publicidad así que probablemente ocasionará un incremento de la clientela.

Por último se intentarán crear eventos para todos los pequeños grupos de la población que se puedan sentir excluidos por los competidores de la entidad o para los grupos en los que en su cultura no esté tan arraigada la fiesta. Para ello lo más probable es que primero se deba realizar un análisis de mercado.

A este Marketing Mix se le podría agregar una quinta "P", la gente (people en inglés), por lo que se entraría en el marketing relacional que consiste en que el cliente es lo primero, y en esta empresa va a serlo, no solo por el sector en el que se encuentra sino porque los valores éticos así lo dicen así que se intentará ser lo más amables posibles con los consumidores y complacer sus peticiones en todo lo que se pueda.

2.2.-FORMA JURÍDICA:

Hay tres formas jurídicas que podrían establecerse y éstas son: Sociedad Limitada, Sociedad Anónima y Empresario Individual.

-La *Sociedad Limitada* es el tipo de sociedad mercantil más numerosa en España, es muy usada por pequeños empresarios y autónomos para limitar su responsabilidad al capital aportado, de tal forma que no deberán responder ante las deudas del negocio con su patrimonio. Debe haber mínimo un socio, en cuyo caso se crea una Sociedad Limitada Unipersonal. Respecto al capital social el mínimo que hay que desembolsar es de 3.000 euros y pueden ser aportaciones dinerarias o en especie (un ordenador, una furgoneta, etc). El domicilio social normalmente suele ser el lugar donde normalmente opere la entidad y debe estar en España. El objeto social (actividades que lleva a cabo la empresa) suele hacerse amplio desde el principio para después no tener que pagar gastos adicionales para añadir nuevas actividades. Se crearán los estatutos de la sociedad y la escritura pública y se firmarán ante notario para después presentarlos en el Registro Mercantil. Además deberá tributar por el Impuesto de Sociedades y por el IVA y para los administradores y socios el régimen de la Seguridad Social será el de autónomos.

Los gastos de constitución suelen ser de unos 600 euros, bastante bajos, y a partir de los 40.000 euros de beneficio los impuestos son menores que los del autónomo porque el Impuesto de Sociedades es fijo (del 25%) y los tipos para el autónomo van creciendo.

-La *Sociedad Anónima* es otra sociedad mercantil en la cual el capital está dividido en acciones que se distribuyen entre los socios que han aportado dinero. El número mínimo de socios es uno, igual que en la Sociedad Limitada, pero el capital inicial mínimo es de 60.102 euros suscritos y desembolsados en un 25%. Si es unipersonal se deberá especificar en todos los documentos, igual que en el caso de la Limitada. La responsabilidad también es limitada al capital aportado. Se tributará por el Impuesto de Sociedades y por el IVA y el régimen de la Seguridad Social para los socios y administradores será el de autónomos.

-Por último, el *Empresario Individual (o autónomo)* es una persona física que ejerce una actividad económica con o sin trabajadores. Hay un socio que tendrá el control total de

la empresa y la administrará, la responsabilidad es ilimitada (se responde a las deudas de la actividad con el patrimonio personal), no existe mínimo legal en la aportación del capital y se tributa por el IRPF (Impuesto sobre la renta de las personas físicas) aplicado al rendimiento por actividades económicas, que ha sufrido modificaciones en 2016:

Tabla 2.1: Tipos de la Base Imponible en 2015 y en 2016

Base imponible	Tipo		
	2015	2016	2015 RDL
Hasta 12.450	20%	19%	19,50%
12.450 - 20.200	25%	24%	24,50%
20.200 - 34.000/35.200*	31%	30%	30,50%
34.000/35.200 - 60.000	39%	37%	38,00%
60.000 - En adelante	47%	45%	46,00%

* Hasta 34.000 euros en 2015 (previa y RD-1) y 35.200 euros en 2016

Fuente: DMS Consulting

Además el régimen de la Seguridad Social es el de autónomos.

Viendo las características de las tres formas jurídicas entre las que elegir, lo mejor será quedarse con la Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal por varios motivos. El primero, el capital inicial es más bajo que en la Sociedad Anónima y, sobre todo para alguien joven, es más asequible, además se puede contar como capital inicial el ordenador, la impresora y otros elementos que se compren para la actividad de la empresa. Por otro lado, la tributación, como ya se ha dicho antes, es más beneficiosa que para los autónomos una vez que los beneficios pasan de los 40.000 euros, además los dos primeros años en obtener beneficios tributarán al 15% en lugar de al 25% por creación de nuevo negocio. Por último, al tener responsabilidad limitada no se pondrán en riesgo el resto de los bienes de la persona.

3.-ANÁLISIS DEL ENTORNO:

3.1.-SITUACIÓN ECONÓMICA

-La etapa del ciclo económico: Hasta hace poco nos encontrábamos en una etapa de recesión debido a la crisis pero recientemente parece que el ciclo ha cambiado y la etapa de expansión comienza a dar señales de vida, lo cual es positivo para la economía puesto que ésta ha desmejorado mucho desde 2008.

-Economía y tendencias en España y otros países: En enero de este año se publicaron datos de las previsiones que el FMI, el gobierno y otras entidades han hecho sobre la economía española para este año y el siguiente. Según la Organización Internacional del Trabajo el paro en España bajará este año en casi un 2% pero en 2017 se prevé que baje tan solo dos décimas. Además se creará un 0,9% de empleo este año (aunque la temporalidad también aumentará) y la productividad va a subir sobre un 2%. Todo esto implica que, aunque vamos saliendo de la crisis poco a poco, todavía falta mucho para que la economía se recomponga y sea fuerte o comparable con muchos países de la Unión Europea.

El ministro de Industria, Energía y Turismo ha comentado que probablemente el Gobierno va a incrementar sus expectativas de crecimiento del PIB de un 2% a un 2,4% o 2,5% para este año. Igual que Bruselas o el Fondo Monetario Internacional, que mejoran también sus previsiones respecto al PIB y el empleo españoles.

Tabla 3.1: Previsiones de la evolución de la economía española en 2014, 2015 y 2016

BRUSELAS SE MUESTRA OPTIMISTA CON ESPAÑA						
Previsiones de invierno de la Comisión Europea para España y diferencias con las de otoño. En porcentaje.						
	2014	Diferencia vs. nov 2014	2015	Diferencia vs. nov 2014	2016	Diferencia vs. nov 2014
PIB	1,4%	+0,2	2,3%	+0,6	2,5%	+0,3
Desempleo	24,3%	-0,5	22,3%	-1,2	20,7%	-1,5
Incremento de empleo	0,8%	+0,1	1,8%	+0,7	2,0%	+0,5
Déficit público / PIB	5,6%	0	4,5%	-0,1	3,7%	-0,2
Déficit estructural / PIB	2,1%	-0,1	2,3%	0	2,7%	-0,1
IPC	-0,2%	-0,1	-1,0%	-1,5	1,1%	-0,1
Deuda pública / PIB	98,3%	+0,2	101,5%	+0,3	102,5%	+0,4

Expansión Fuente: Comisión Europea

Fuente: Expansión

Según el FMI, que ha subido en dos décimas las previsiones de crecimiento de España este año y en una décima el crecimiento en el siguiente, España va a ser el país de la Unión Europea que más crezca. Estará incluso por encima de EEUU, y en 2017 solo será superado por éste país.

-Los niveles de deuda y ahorro: Según estudios elaborados por analistas financieros internacionales la deuda española ha disminuido en 2014 y 2015 y se espera que siga el

mismo rumbo en 2016. La deuda en las empresas era de 2,34 billones y en 2014 se redujo a 1,93 billones. La deuda de los hogares ha pasado de ser el 84% del PIB al 71%. De hecho ha sido el país de la Unión Europea en el que más han reducido su endeudamiento las empresas y familias.

Esta disminución de los niveles de deuda es positiva ya que puede venir nuevo crédito de otros países y así recuperar, poco a poco, el ahorro financiero. El mejor acceso a la financiación ya se ha notado desde 2014 hasta ahora.

También hay buenas nuevas respecto a la deuda bancaria para 2016, ésta se reducirá, o eso ha señalado Fitch en un comunicado, aunque la alta tasa de paro dificultará la reducción del nivel de préstamos.

-Impuestos: Este año comienza con una bajada del IRPF (los tipos se situarán entre el 19% y el 45%) y del IS (ha bajado hasta el 25%). Estas bajadas han tenido consecuencias ya que la Comisión Europea cree que España no va a poder cumplir con el objetivo del déficit y si esto ocurre impondrá sanciones más duras.

-Inflación: La inflación está bastante ligada al IPC ya que si este se incrementa un 2% un año se dice que la subida de precios también es del 2%.

En diciembre de 2015 dicho incremento cerró a 0,017%, fue de los más bajos de la Unión Europea, aunque estuvo cercano a la media ya que en toda Europa es muy bajo y en los últimos años se ha mantenido a la par con el de Estados Unidos, aunque parece haberse dado un repunte en el último trimestre de 2015 respecto a EEUU como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico 3.1: Evolución de la inflación Europea y Estadounidense



Fuente: Eurostat

Se prevé que en 2016 la inflación cierre en un 0,3% en España y en un 1% en la Unión Europea, por lo que seguirá siendo baja pero no tanto como los años anteriores, cerrando del todo el período de deflación que a la larga podía ser perjudicial. Además en 2017 seguirá estando por debajo de la media de la Unión Europea, pero tan solo a una décima.

-Conclusiones generales: El análisis ha demostrado que actualmente el entorno socioeconómico español, que durante la crisis fue negativo para las empresas e inversiones en general, ahora comienza a ser positivo. Empieza a haber leyes y políticas expansivas, como la disminución del IRPF o del Impuesto de Sociedades. La economía está mejorando y, ya que la inflación y precios son bajos, es el momento idóneo para invertir puesto que hay menos competidores que hace años, las previsiones son de crecimiento y los bancos empiezan a prestar más a tipos de interés más bajos que durante la crisis.

3.2.-ENTORNO ESPECÍFICO:

-Datos del sector: El sector de la organización de eventos se podría decir que es de los más importantes para el mercado del ocio y el turismo. Es un sector que actualmente se encuentra en crecimiento. Hay empresas del sector especializadas en uno o dos tipos de eventos y otras que organizan de toda clase.

Es muy importante que estas empresas abran nuevos mercados, amplíen sus actividades, tengan ideas innovadoras y hagan eventos que les proporcionen ingresos durante todo el año ya que es un mercado que todavía no se ha explotado todo lo que se podría. Normalmente en un inicio las empresas ofrecen todo tipo de eventos para especializarse más tarde en los que más rentabilidad les proporcione.

Todas las empresas dedicadas al sector de los eventos pueden asociarse a AEVEA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas), que es una institución que les representa de forma jurídica e institucional. Su código ético incluye la justicia, la transparencia, la seguridad, etc, algo importante para la empresa que se analiza en éste proyecto puesto que también tendrá un código ético importante.

Estas no son organizaciones que necesiten mucho personal, menos todavía si quien las crea tiene conocimientos de contabilidad para poder presentarse él mismo las cuentas anuales. Por otro lado es interesante establecerse en una ciudad con buenas infraestructuras para ofrecer los eventos, un lugar donde haya bastante población y empresas que puedan estar interesadas en contratarlos, además esto será un punto a favor para la publicidad ya que el método más efectivo para hacer conocer éste tipo de empresas es el boca a boca. La ética de la empresa también es un factor importante hoy en día y hay que darla a conocer desde el principio en los eventos, de hecho muchas veces el primer evento que se hace es uno gratuito al que puede asistir todo el que quiera para así mostrar la capacidad del empresario o bien se asiste a ferias o congresos en los que poder presentar la empresa a la población y a inversores.

Se prevé que para 2016 el sector crezca, de hecho en 2015 ya hubo un 3% más de expositores en las ferias. El AMEX y el IMEX han previsto que la previsión media europea es de 126 eventos por entidad en este año. También se espera que las compañías lancen pronto aplicaciones telefónicas mediante las que puedan mostrar sus servicios y mediante las que la población pueda contratarlos.

-Competidores: Hay dos tipo de competidores, las empresas de organización de eventos como la que se analiza en el proyecto y empresas especializadas en alguna actividad. Además muchas veces suelen organizar eventos únicamente para una Comunidad Autónoma o provincia en lugar de realizarlos por toda España o incluso fuera de ella.

En noviembre de 2015 tuvieron lugar los premios EuBea en Sevilla, los ganadores lo son debido a su creatividad, efectividad y puesta en escena y pueden ser de toda la Unión Europea. Los premiados fueron, en primer lugar, VO Communication en Bélgica por la conmemoración de la Batalla de Waterloo. El segundo premiado fue la agencia Jack Morton en Reino Unido por la Ceremonia de Inauguración de los juegos de la Commonwealth de Glasgow de 2014. Y, por último, la tercera posición fue para la agencia holandesa BIND por su Inauguración de las nuevas terminales APM Maasvlakte II del puerto de Rotterdam. No hubo ninguna empresa española entre las ganadoras, esto no es bueno pero tampoco malo ya que implica que las grandes competidoras están en otros países y que en España todavía una empresa emergente puede competir adecuadamente con las demás y tener un buen posicionamiento si se

esfuerzo en crear eventos innovadores.

El último ranking de empresas de creación de eventos españolas es el de 2014, en el cual gana Eventísimo, gran competidora directa de la empresa analizada en éste análisis puesto que organiza cualquier tipo de eventos en todo tipo de destinos.

-Clientes: En este sector hay todo tipo de clientes debido a la amplia oferta de eventos ya que hoy en día son de todo tipo, así que puede haber desde jóvenes que quieran celebrar su cumpleaños, su graduación, su boda o un brunch a padres que organicen fiestas, bautizos, comuniones o cumpleaños a sus hijos pequeños y a empresas que quieran hacer comidas para agasajar a sus invitados. El mercado es muy grande y abarca a todo tipo de población.

En España, país muy envejecido, sería buena idea dedicar un amplio margen a los mayores ya que la mayoría de ellos son quienes tienen las hipotecas pagadas, pocos gastos y pensiones más o menos altas en función de lo trabajado cuando eran jóvenes, por lo que, en un país en el que la crisis ha afectado mucho y en el que muchas familias todavía no se han recuperado por la alta tasa de paro, son una apuesta segura. Por otro lado los jóvenes cada vez son más innovadores y siguen más las modas por lo que poco a poco van a ir contratando más los servicios de las agencias de organización de eventos ya que es lo que los famosos están haciendo.

Además las clases altas se han hecho con más dinero que antes de la crisis por lo que podrán pagar eventos más grandes y ostentosos, pero para ello hay que hacer un buen marketing y darles la confianza suficiente para que se hagan clientes de las nuevas empresas ya que muchos de ellos siempre contratarán a compañías que conozcan.

-Proveedores: Hay muchos proveedores especializados en muchos ámbitos distintos por lo que habrá que contratarles en función del evento que se quiera celebrar.

Normalmente para organizar los eventos se necesita a una imprenta, asesores profesionales y una empresa de marketing. Si los eventos son en otro lugar al de residencia de los clientes también se necesitará una agencia de viajes. Además si la empresa es on-line se necesitará un diseñador gráfico y un desarrollador que mantengan

el sitio web. Las contrataciones con ellos se suelen hacer con medio año de antelación y tras comparar entre varios proveedores para asegurarse de cuál es el que da mejor presupuesto. Además los proveedores suelen cobrar el 50% antes del evento y el otro 50% al finalizar este.

Para el evento en sí se necesitarán otro tipo distinto de proveedores, en general habrá que contratar a seguridad, catering, limpieza, guardarropas, fotógrafo, personal médico, sonido, ambientación e iluminación.

-Conclusión: El sector está poco explotado y en crecimiento por lo que es un buen momento para invertir en él ya que además, pese a haber competencia con clientes ya fieles que son difíciles de captar, no estamos al nivel de las compañías de creación de eventos de otros países, por lo que una nueva empresa puede hacerse con un gran margen de mercado si sus ideas son innovadoras.

Por último tampoco hay mucho problema con los proveedores ya que, aunque se necesitan bastantes y tal vez al principio no se pueda contratar a los mejores por falta de presupuesto, hay gran variedad donde escoger.

3.3.-ANALISIS FUERZAS DE PORTER:

Las cinco fuerzas de Michael Porter analizan cuanto puede maximizar sus los recursos la empresa y ver cómo puede superar a la competencia para intentar que el negocio superviva aunque se produzcan cambios.² Las cinco fuerzas son las siguientes:

3.3.1- Rivalidad entre competidores:

-Diversidad de competidores: Hay gran diversidad de empresas de organización de eventos, tanto en España como en otros países de la Unión Europea, por lo tanto la rivalidad es alta y cada empresa debe saber cómo hacerse buena publicidad y como diferenciarse de las demás.

² M. Grant, R. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas Ediciones, S.L.

-Barreras de salida: Las barreras de salida son los factores que dificultan el abandono de una industria o sector por parte de una empresa, lo cual les fuerza a intentar sobrevivir y competir y así la intensidad de la competencia se incrementa.

Por ejemplo las restricciones gubernamentales y sociales ya que algunos grupos de interés pueden ejercer presión para que la empresa no abandone el mercado. La presión política y la legislación también pueden influir en gran manera ya que según las leyes que haya repercutirán de una forma u otra en la compañía, por ejemplo si hay una alta regulación laboral puede ser que tengas que pagar una indemnización más alta a tus empleados.

-Identifique la estrategia que requiere la industria atractiva para obtener rendimientos superiores al promedio: Hoy en día, en un sector que todavía no está todo lo explotado que podría estar hay muchas estrategias que se podrían adoptar para diferenciarse del resto y, de esta manera, conseguir rentabilidad más alta e ir abarcando un mayor sector del mercado.

Para expandirse en el mercado se buscarán diversas estrategias de marketing para captar nuevos clientes (como eventos gratuitos a los que pueda asistir quien quiera para que los clientes puedan ver la calidad de los servicios de la nueva empresa), se buscarán nuevos mercados en todo el mundo y se intentará que los servicios evolucionen para intentar quedar por delante de los competidores. Aunque en el sector de los eventos tal vez lo más importante sea adelantarse a las modas, ver qué es lo que más van a reclamar los clientes y observar que servicios quieren que todavía no se hayan llevado a cabo.

-Desarrolle o adquiera los activos y habilidades necesarios para poner en practica la estrategia: Para ello se deberá hacer un análisis de mercado, encuestar a población y ver qué es lo que reclaman, lo que cambiarían y los puntos con los que están satisfechos, para así tener ciertas ideas sobre lo que la nueva entidad podría aportarles por encima de los competidores.

Una vez hecho esto deberá buscar proveedores a los que pueda pagar ya que tal vez sea una inversión costosa y hay que asegurarse de que la empresa pueda hacerle frente. Una vez conseguido se tendrán que utilizar técnicas publicitarias y de marketing para dar a

conocer los cambios y los nuevos servicios que se ofrecerán, dando una imagen innovadora y de confianza a los clientes. También sería bueno iniciar una campaña para que se conozcan los valores éticos de la organización.

-Conclusión: Hay una gran rivalidad entre los competidores ya que es necesario que se diferencien los unos de los otros para tener mayor margen de mercado, esto también es debido a que hay multitud de empresas de organización de eventos y son de todo tipo, así que compiten todas entre sí pero, como es lógico, unas más directamente con otras (las que más se parecen competirán entre ellas más que con otras).

3.3.2.- Amenaza de entrada de nuevos competidores:

-Existencia de barreras de entrada: Las barreras de entrada son los factores que dificultan, e incluso impiden, el acceso a determinados sectores y mercados. Pueden ser de tipo legal, económico y ético. Ayudan a los viejos competidores a mantener su rentabilidad y es un punto muy importante a tener en cuenta por las nuevas compañías que se quieran instalar en el mercado ya que pueden ver las posibilidades de beneficios.

Las barreras económicas son muy importantes para cualquier nueva empresa ya que hay que ver la inversión que inicialmente tienen que realizar para poder acceder al mercado, los gastos de publicidad que tengan para darse a conocer a la población, los gastos en I+D+i en los que se quiera invertir para diferenciarse de las demás, etc.

Las economías de escala y alcance son más importante en empresas que creen productos que en las que ofrecen servicios, aunque llevado cierto tiempo contratando proveedores éstos pueden comenzar a hacer descuentos para que la empresa siga firmando los contratos con ellos e incluso, en ocasiones, las compañías firman un contrato con los proveedores para que solo les ofrezcan a ellas sus servicios.

Las barreras de carácter legal influyen ampliamente en todos los sectores ya que en todos ellos habrá trámites administrativos necesarios para poder crear la empresa.

Por último, las barreras éticas son también importantes ya que si en el mercado hay una o varias empresas con valores éticos que los clientes aprecien las nuevas empresas tendrán que tenerlos también o superarlos porque sino no podrán captar clientes que den

importancia a esos valores y cada vez es mayor la población que los tiene en cuenta.

Por suerte el sector de eventos es muy competitivo y es más difícil que las barreras de entrada sean fuertes que en otros sectores.

-Ventajas en la curva de aprendizaje: Cuanto más tiempo lleva en el mercado una empresa ofreciendo sus productos y servicios más aprende y, por tanto, más reduce sus costes y se organiza de una forma más eficiente, eficaz y productiva.

Cuanta más experiencia se tenga más fácil es acceder al puesto de liderazgo de mercado, afrontar las dificultades que puedan llegar e innovar, ya que la experiencia permite saber aproximadamente como van a reaccionar tus clientes y los efectos que puede tener esto en la compañía.

Por lo tanto la curva de aprendizaje, que mide todo lo mencionado anteriormente de forma gráfica, será importante en las empresas de todos los sectores.

-Mejoras en la tecnología: Si los nuevos competidores utilizan en sus eventos tecnología más avanzada lo más probable es que se posicionen pronto por encima de las otras entidades ya que, en un mundo globalizado como el de hoy en día en el lo mejor es lo último en tecnología, podrán conseguir satisfacer mejor las necesidades y deseos de los clientes, aunque esto es difícil que ocurra ya que los proveedores que posean las nuevas tecnologías ofrecerán sus servicios y productos a un precio superior a los demás y un nuevo competidor probablemente no tenga el poder económico suficiente para contratarles.

-Conclusiones: La entrada de nuevos competidores en el sector de los eventos es más habitual que en otros debido a que las barreras de entrada y salida serán menores debido a la amplia competencia que hay, especialmente las de entrada. Su éxito después dependerá de la capacidad de aprendizaje que tengan, de lo mucho que incrementen su productividad e innoven y de los proveedores que puedan contratar, ya que si innovan tecnológicamente dejarán más satisfechos a los clientes.

3.3.3.- Amenaza de ingreso de productos sustitutivos:

-Propensión del comprador a sustituir: Como en todos los sectores cuando un comprador encuentra otra empresa cuyos servicios sean más baratos y a la misma calidad, o incluso únicamente más baratos si la familia en cuestión no dispone de mucho presupuesto, cambian de compañía si es necesario. Habrá que evitar incrementar demasiado los precios para no perder clientela pero también sería necesario incrementar la calidad o, al menos, mantenerla.

-Precios relativos de los productos sustitutos: Si los productos y servicios de otras empresas del sector son más baratos pero la calidad es menor tal vez nuestros clientes, o la mayoría de ellos, no quieran abandonar la compañía para irse con la competencia, pero si son más baratos y de la misma o mayor calidad sí que se irán.

-Nivel percibido de diferenciación de producto: La diferenciación de producto es una estrategia de marketing que sirve para que el cliente perciba de una forma distinta el producto o servicio. Así el cliente preferirá éste a otros y lo distinguirá de los servicios similares de la competencia. Hay ciertas formas de hacerlo, por ejemplo haciendo una buena publicidad, descuentos, ofreciendo seguridad en los eventos y en la calidad de los mismos, etc.

Todo esto debe ser rentable, es decir, las inversiones que hagamos para poder diferenciarnos deben ser proporcionales a la ganancia que se obtendrá después, sino no valdrá la pena. Además debe ser inimitable, al menos durante largo tiempo, porque sino los competidores copiarán los cambios que hayamos hecho.

-Conclusión: No es difícil que lleguen productos sustitutivos, pero la pregunta es ¿a qué calidad?, lo difícil es conseguir la calidad de los competidores instalados en el sector desde hace tiempo e igualar el precio o rebajarlo, ya que si esto se consigue la empresa que aporte los productos sustitutivos se quedará con una gran parte de la clientela. Por lo tanto la nueva empresa que se analiza en el trabajo deberá intentar diferenciar sus productos con la calidad y el precio de los de las competidoras para triunfar de forma rápida y segura.

3.3.4.- Poder de negociación de los proveedores:

-Facilidades o costes para el cambio de proveedor: Es fácil cambiar de proveedor ya que hay muchos y de todo tipo, por lo tanto no hay demasiados costes por hacer el cambio. Uno de los pocos costes que hay consiste en que si tenías un contrato con el anterior proveedor y lo rompes tendrás que pagarle para compensarle.

-Grado de diferenciación de los productos del proveedor: Hay diferencias evidentes, normalmente cuanto más caros son los productos y servicios del proveedor más calidad tienen. Por ejemplo, un café cultivado de forma ecológica valdrá más que uno cultivado con un montón de pesticidas en un invernadero.

-Conclusión: los proveedores no tienen gran poder de negociación puesto que hay muchos de muy diversos tipos y si uno no cumple con las expectativas de la compañía podrán hacerlo otros con mejores productos, mejores precios o ambas a la vez.

3.3.5.- Poder de negociación de los consumidores:

-Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías: A pesar de que hay muchas empresas también hay muchos compradores porque los clientes potenciales son toda la población.

-Posibilidad de negociación: Obviamente hay puntos del contrato entre cliente y empresa que se pueden negociar pero, en general, la compañía tendrá que obedecer las peticiones del cliente y escuchar sus opiniones para poder crear un evento acorde a las necesidades y gustos de éste o, de lo contrario, quedará insatisfecho y el boca a boca puede perjudicar de cara a obtener otros consumidores.

-Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa: El cliente tiene grandes facilidades para cambiar su fidelidad y enfocarla hacia otra compañía debido a la gran diversidad de éstas. Su único coste será en el aspecto económico ya que tal vez si

cambia de compañía ésta sea más cara que la anterior.

-Sensibilidad del comprador al precio: Hay sectores donde la elasticidad del precio de la demanda es mayor y otros donde es menor. En este caso son poco sensibles ya que, debido a la cantidad de empresas que se encuentran en el mercado, contratarán siempre a las empresas de menor precio con calidad de los eventos parecida. Además como el coste por cambiar de compañía es bajo la sensibilidad será menor.

-Ventaja diferencial (exclusividad) del producto: Todos los negocios exitosos suelen tener una ventaja diferencial que les permite tener cierta exclusividad respecto a los competidores. Suelen hacerse grandes campañas de marketing para dar a conocer dichas diferenciaciones, muchas veces incluso haciendo de menos a los competidores más directos.

Pueden ser de muchos tipos diferentes e incluso las pequeñas empresas pueden conseguirlas, por ejemplo dando una mejor atención al público, haciendo promociones, aumentando la calidad, etc. Normalmente las empresas con éxito no se centran solo en una de estos puntos sino que intentan desarrollarlos todos, aunque centrándose en unos más que en otros.

Si un negocio no está diferenciado puede tener más dificultades para sobrevivir que los demás ya que la competencia actualmente se da a nivel mundial, por lo tanto estas capacidades son muy importantes para el desarrollo y expansión de una entidad.

-Conclusión: Los consumidores son quienes más poder de negociación tienen en el sector de los eventos ya que los servicios que se les dan están cada vez más personalizados para que dichos clientes estén contentos, siempre respetando la ley y el medio ambiente. Lo más importante para conseguir tener algo más de poder de negociación es diferenciar los productos y servicios para que los clientes tengan más dificultades en cambiar de compañía, lo cual es importante en un mercado en el que la sensibilidad al precio es baja y en el que los consumidores tienen bajo coste al cambiar su fidelidad de unas empresas a otras.

3.3.6.- Conclusiones generales:

En el sector de los eventos hay una gran cantidad de competidores, por lo que deben intentar diferenciarse de los demás para quedarse con un mayor porcentaje de clientes y para intentar ser la primera compañía del mercado. Además no es difícil que surjan nuevos competidores y, con ellos, más servicios sustitutivos debido a que las barreras de entrada no son tan fuertes como en otras industrias, lo cual es peligroso para las compañías ya asentadas desde hace tiempo.

También hay una gran cantidad de consumidores, esto es bueno porque no será difícil que todas las empresas, incluso las recién creadas, tengan ciertos clientes. Lo malo es que tienen un gran poder de negociación porque los eventos deben ser cada vez más personalizados para ellos.

Por último se puede remarcar que también hay una gran cantidad de proveedores con bajo nivel de negociación a comparación con los clientes porque si la empresa no está de acuerdo podrá cambiar fácilmente de proveedor, especialmente si lo hace al acabar el contrato que tenga con él.

Por lo tanto si la empresa que se analiza en el trabajo entra innovando, con cierta diferenciación a comparación con las demás y esforzándose al organizar sus eventos es fácil que consiga una gran cuota de mercado a pesar de que haya muchos más competidores.

3.4.-ANALISIS DAFO:

El análisis DAFO (o FODA) se realiza antes de tomar decisiones estratégicas porque nos sirve para tomar decisiones sobre el futuro. Mediante éste análisis podremos ver nuestras debilidades, fortalezas y oportunidades para cambiar las primeras y usar las segundas y terceras para hacer frente a las amenazas que aparezcan.³

3.4.1.- Fortalezas:

-Poder negociador con los proveedores: Como se ha explicado en los análisis anteriores, el poder negociador de la empresa frente a los proveedores es alto, lo cual le

³ Guerras Martín, L.A., Navas López, J.E. (2015): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Editorial S.L Civitas Ediciones.

beneficia a la hora de contratar porque se podrán pedir descuentos y, si no se lo conceden, habrá otros proveedores con los que negociar.

-Innovación: La empresa tratará de innovar en sus productos para obtener una mayor cuota de clientes del mercado. Por ejemplo, organización de excursiones o cursos adaptados para población con incapacidades mentales o físicas, eventos de todo tipo en los que los clientes puedan llevarse a sus mascotas con ellos o haciendo brunch veganos o vegetarianos ya que cada vez hay más gente que no desea consumir carne pero todavía no hay muchas alternativas para ellos.

-Buena imagen entre los consumidores: Los valores éticos de la compañía serán muy fuertes. Se pretende crear una empresa responsable corporativamente, una entidad que respete la diversidad cultural y ciudadana, el medio ambiente, que no contrate con empresas que no tengan respeto por todo esto o que se les haya imputado por algún tipo de delito, etc.

-Capacidad directiva: La directora tiene conocimientos tanto de finanzas como de contabilidad y esto es beneficioso ya que se ahorrará costes al no tener que contratar a alguien que ejerza este trabajo.

-Conclusiones: Estas fortalezas son importantes ya que van a conseguir que se puedan afrontar mejor las amenazas que vengan, se podrá lograr una reducción de costes y, probablemente, se captará un mayor margen de clientes ya que habrá eventos de todo tipo para toda la población y los valores éticos serán notables y visibles para todo el mundo.

3.4.2.- Oportunidades:

-Incremento de la demanda de estos servicios: La organización de eventos es cada vez más demandada por la población. Las familias cada vez necesitan más tiempo que invertir en el trabajo y en su vida privada por lo tanto, al poder tener eventos a su

medida, podrán tener más tiempo para ellos. Además es algo que se está poniendo de moda gracias a los famosos.

-Mayor uso de las herramientas de internet: Cada vez hay más gente que usa internet, de hecho las nuevas generaciones van a crecer usándolo desde bien pequeños. Por este motivo el hecho de que la empresa sea online da una oportunidad para crecer más y para llegar a más clientes de diversos lugares de España e incluso de otros países.

-Atención a grupos adicionales de clientes: Se va a intentar captar a todo tipo de clientes, de cualquier clase social y cultural.

-Conclusiones: El hecho de que el sector no se haya explotado todavía lo suficiente da una gran oportunidad a la empresa para captar a más clientes.

Por otro lado cada día hay más demanda de éstos servicios y cada día se incrementa el uso de internet. Las empresas que operan online están teniendo un éxito mayor y se están dando a conocer más rápidamente que las tiendas de toda la vida porque es una forma más rápida de comprar productos o servicios.

3.4.3.- Debilidades:

-Poca experiencia: La poca experiencia de la empresa es una gran debilidad a la hora de afrontar los nuevos problemas que puedan llegar. Además con la experiencia se es más productivo, eficaz y eficiente, obteniendo ciertos ahorros en costes. Con la experiencia también se obtienen proveedores y clientes fieles que dan más seguridad. Nuestra empresa tendrá que ir aprendiendo poco a poco y, además, tendrá que intentar captar clientes de los competidores.

-Reducido poder de negociación con el cliente: Los eventos se hacen por y para los clientes así que serán ellos quienes más poder de negociación tengan.

-Alta competencia en el sector: La gran cantidad de competidores hace más difícil diferenciarse y obtener cuota de mercado, pero si la suerte y el ingenio acompaña a la entidad esto se podrá superar con el tiempo.

-Conclusiones: La poca experiencia es la debilidad más notable de todas y la más importante ya que tendrá que se tardará en llegar al nivel de los competidores que lleven un tiempo en el mercado.

La alta competencia del sector y el gran poder de negociación de los clientes son debilidades pero que con el tiempo se pueden convertir en algo beneficioso si los clientes se quedan satisfechos con nuestros servicios y se va obteniendo fama.

3.4.4.- Amenazas:

-Entrada de nuevos competidores: Es fácil que entren nuevos competidores, especialmente en España donde la cultura nos hace más fiesteros y, por lo tanto, influye a la hora de contratar más eventos que en otros países.

Además en España no hay grandes ventajas diferenciales y esto un efecto motivador para los nuevos competidores que quieran entrar al mercado porque si lo hacen bien pueden ganar un buen puesto en el sector.

-Crisis económica: A pesar de que el país está saliendo de la crisis no sería la primera vez que las cosas empeoran, lo cual sería muy perjudicial para la entidad porque se perderían clientes ya que estos servicios serían secundarios para ellos.

-Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores: Las modas, necesidades y gustos van cambiando con el tiempo, ahora las clases altas contratan los servicios de las empresas del sector de los eventos pero en un tiempo pueden cambiar de gustos, preferir organizarlas ellos y que la moda cambie.

-Conclusiones: Habrá que buscar estrategias que nos permitan defendernos de estas

peligrosas amenazas por si se llegan a dar.

Tal vez el cambio en las necesidades y gustos de los consumidores sea la amenaza más grave ya que cada cierto tiempo esto cambia los humanos somos muy volátiles, aunque esto es algo que se tiene que combatir a base de hacer buenos eventos y que los clientes se queden realmente satisfechos con la experiencia para que deseen repetirla.

3.4.5.- Conclusión:

Si con las fortalezas mencionadas se hace frente a las amenazas y oportunidades mediante la creación de estrategias que nos beneficien y se aprovechan las oportunidades de crecimiento y desarrollo que tengamos, la compañía podrá posicionarse bien en el mercado, podrá adquirir experiencia, aprender, ir captando clientes y conseguir el éxito y el alcance que todas las entidades quieren para sí.

4.- ANÁLISIS ECONÓMICO

4.1.- INVERSIÓN INICIAL:

La inversión inicial es la cantidad de dinero que hace falta para poner un proyecto en marcha. A continuación serán tratadas todas las inversiones que se van a efectuar, en el año cero, para poner en funcionamiento la empresa y, de esta manera, se podrá ver cuál es la inversión inicial.⁴

-Formación del negocio: Los costes en los que se incurre al crear el negocio son los que aparecen reflejados en la siguiente tabla:

Tabla 4.1: Coste de Constitución de Sociedad Limitada

Registro de nombre en el Registro Mercantil	40,56 €
Depósito mínimo Sociedad Limitada	3.005,06 €
Notario	140,00 €
Escrituras del Registro Mercantil	123,78 €
Legalización de los libros obligatorios	49,92 €
TOTAL	3.359,32 €

Fuente: Elaboración Propia

⁴ Pablo López, A., Ferruz Agudo, L. (2004): Finanzas de empresa. Editorial centro de estudios Ramón Aceres, S.A. Madrid

-*Equipamiento*: El inmovilizado material al completo que tendrá la empresa tiene un valor total de 5690,57 euros. A continuación se va a desarrollar el valor de dicho inmovilizado:

**Material de oficina*: En total esto saldrá aproximadamente por:

Tabla 4.2: Material de Oficina

Diez archivadores	21,90 €
Notas adhesivas amarillas	0,79 €
Tres paquetes de folios	12,57 €
Quince carpetas	13,90 €
Marca páginas de colores	3,79 €
Un par de lapiceros	0,42 €
Veinte bolígrafos de diversos colores	3,80 €
Siete rotuladores	16,03 €
Una calculadora	6,49 €
Varios cartuchos de tinta	60,55 €
Dos grapadoras	9,48 €
Un extraegrapas	0,99 €
Un taladro para hacer agujeros a las hojas	7,79 €
TOTAL	158,50 €

Fuente: Elaboración Propia

**Equipos informáticos*: Están compuestos por las siguientes partidas:

Tabla 4.3: Equipos Informáticos

Ordenador sobremesa (Mac)	1.279,00 €
Impresora con escaner	96,01 €
Dispensador de agua	69,90 €
Datáfono para tarjetas de crédito	79,19 €
Teléfono inalámbrico	15,90 €
Router	18,75 €
TOTAL	1.558,75 €

Fuente: Elaboración Propia

**Mobiliario*: El mobiliario consta de:

Tabla 4.4: Mobiliario

Cuatro estanterías	219,00 €
Escritorio	159,00 €
Papelera	16,99 €
Silla giratoria acolchada	79,99 €
Tres sillas giratorias normales	139,00 €
TOTAL	614 €

Fuente: Elaboración Propia

-Publicidad: Unos días antes de que se abra la tienda online se creará una página en Facebook, Twitter, Instagram y el resto de redes sociales famosas hoy en día para que la tienda se dé a conocer al menos un poco. Además se hará un 10% de descuento en el primer evento que pida a quien se registre en la página web de la empresa durante el primer mes. También se pagará a Google para que nos haga publicidad colgando nuestros anuncios. Esto tendrá un coste de 20 euros que será lo que se vaya a pagar para que los anuncios de nuestra empresa salgan en internet puesto que el crear las páginas en redes sociales es gratis.

Estos son los gastos de la inversión inicial que aparecerán en los flujos de caja del año cero puesto que aún no se ha iniciado la actividad.

Tabla 4.5: Desembolso inicial

Formación del negocio	3.359,32 €
Equipamiento	2.331,23 €
Publicidad	20 €
TOTAL	5.710,55 €

Fuente: Elaboración Propia

4.2.- PLAN DE AMORTIZACIÓN:

Ahora se van a realizar las cuotas de amortización del inmovilizado material, para hacer esto se tendrán en cuenta los máximos coeficientes de amortización que aparecen en la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, aunque todos los bienes si es posible los amortizaré en cinco años ya que es el horizonte temporal que se ha escogido para el trabajo.

Tabla 4.6: Amortización de los elementos patrimoniales

Elemento	Coefficiente Lineal Máximo	Período de años máximo
Mobiliario y enseres		
Mobiliario	10%	20
Equipos electrónicos e Informativos, Sistemas y Programas		
Equipos para proceso de información	25%	8

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, el período máximo en todos los casos es de más de cinco años así que se puede amortizar en dicho tiempo.

Tabla 4.7: Cuota de amortizaciones de mi inmovilizado

Inmovilizado	Importe	% Amortización	Cuota anual
Mobiliario	614 €	20,00%	122,80 €
Equipos para proceso de información	1.558,75 €	20,00%	311,75 €
TOTAL			434,55 €

Fuente: Elaboración Propia

4.3. FINANCIACIÓN:

Como no se dispone del dinero suficiente para llevar a cabo el desembolso inicial se solicitará un préstamo de 2.000 euros. Tras ver las condiciones de muchas entidades bancarias se ha llegado a la conclusión de que el préstamo que más se ajusta a las necesidades del negocio es uno ICO, destinado a empresas y emprendedores.

Para la empresa que se analiza en el trabajo se escogerá un plazo de cinco años por ser el mismo tiempo que el horizonte temporal, y la T.A.E máxima que se aplicará para este período, sin carencia, será del 5,036%.

La amortización del crédito se llevará a cabo mediante el método francés, cuyo término amortizativo es constante, la cuota de amortización va siendo mayor y los intereses se van reduciendo.⁵

Tabla 4.8: Amortización del Préstamo

Año	Término a pagar	Interés	Cuota Amortización	Capital Amortizado	Capital Pendiente
0	-	-	-	-	2.000
1	462,41	100,72	361,69	361,69	1.638,31
2	462,41	82,51	379,90	741,59	1.258,41
3	462,41	63,37	399,04	1140,63	859,37
4	462,41	43,28	419,13	1559,76	440,24
5	462,41	22,17	440,24	2000,00	0,00

Fuente: Elaboración Propia

Cada año habrá que pagar 462,41 euros en concepto de término amortizativo, los intereses y la cuota de amortización serán variables cada año.

⁵ Lopez Corrales, F., Marenque Álvarez-Santullano, M. y Anido Crespo, M. (2013): Matemáticas financieras básicas. Editorial Garceta Grupo.

4.4.- PLAN DE VENTAS:

La fuente de ingresos del negocio será la venta de servicios de organización de eventos, para hacer una estimación cercana a la realidad se han comprobado los precios de varias empresas españolas de organización de eventos con las que se ha hecho una media para ver cuál sería el precio estándar, dicho precio medio es de 3.000 euros por evento, siendo algunos más caros y otros menos.

Con esa información se va a realizar un estudio del primer año de la inversión ya que habrá meses, al principio, que no haya beneficios y además durante los meses de primavera y verano habrá más ingresos porque es cuando se organizan más bodas, comuniones, bautizos, graduaciones, eventos musicales, etc.

Tabla 4.9: Ingresos mensuales durante el primer año

Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo		
Número de eventos	0	0	1	3	5		
Precio Medio eventos	3000	3000	3000	3000	3000		
Venta de eventos	0	0	3000	9000	15000		
TOTAL (ANUAL)							

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
6	5	4	4	3	1	5	
3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	
18000	15000	12000	12000	9000	3000	15000	
							111000

Fuente: Elaboración Propia

En enero y febrero, como serán los primeros meses y la empresa se estará dando a conocer, no se organizan eventos. En marzo la compañía consigue su primer evento y mediante el boca a boca en abril tienen algún pedido más. Por lo tanto, con la publicidad y las recomendaciones de los clientes a su entorno, en mayo y los meses del verano se consiguen bastantes ventas porque, además, es la época de más ingresos en el sector.

Los eventos se van reduciendo en septiembre y, especialmente, en octubre y noviembre ya que no hay muchos servicios que ofrecer porque todavía es el primer año de la empresa y es normal que no tenga demasiada demanda.

En diciembre se vuelven a incrementar los servicios por las cenas de navidad de las empresas, acontecimientos deportivos de invierno, fiestas para niños, etc.

Tras haber comprobado las cuentas anuales y los márgenes de otras empresas del sector se ha llegado a la conclusión de que la compañía va a incrementar sobre todo sus ingresos en los tres primeros años del negocio, que será cuando capte más clientela. Si se va haciendo conocida aumentará sus precios poco a poco.

A partir de ahí la cuota de incremento irá disminuyendo hasta mantenerse más o menos constante, se va a suponer que se mantiene entre el 10 y el 15% del quinto año en adelante.

Tabla 4.10: Ingresos Anuales

Ingresos Anuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de eventos	111.000,00 €	133.200,00 €	165.168,00 €	196.549,92 €	224.066,91 €

Fuente: Elaboración Propia

4.5.- GASTOS:

Hay dos tipos de gastos, los gastos fijos (los tendré realice o no mi actividad económica) y los variables (están ligados a la producción del negocio, los tendré si se realiza la actividad).

4.5.1.- Gastos fijos:

Los siguientes son los gastos fijos en los que se incurre en el negocio.

-Publicidad: Se van a establecer anuncios en varios de los periódicos más importantes a nivel nacional como son El País, El Mundo, El Economista y La Razón. Esta publicidad se realizará durante el primer año. Si las tarifas en media son de 50 euros y son cuatro periódicos al mes será un gasto de 200 euros mensuales.

-Material fungible: Como los folios, que se intentará que sean reciclados, los bolígrafos, los rotuladores, las garrafas de agua para la máquina, los vasos de plástico o los cartuchos de tinta de la impresora. Todo ello tendrá que ir reponiéndose cada mes. Se ha calculado que el gasto, más o menos, será de 20 euros ya que casi todo se llevará online

o informatizado para intentar gastar lo menos posible en papel, tinta, etc, y así evitar dañar al medio ambiente.

-Teléfono y wifi: Se va a contratar con Jazztel una tarifa en la que se incluyen ambos gastos, es un pack ahorro que al mes se convertirá en un gasto fijo de 24,12 euros.

-Luz: Como ya es sabido la factura de la luz puede variar cada mes, por tanto habrá que hacer la media y estimar cual será el precio que llegará. El gasto medio en España de luz hasta 2015 era de unos 60 euros mensuales así que se utilizará este dato como el gasto que la empresa tendrá de luz.

-Seguro: Es uno de los gastos más importantes de cualquier negocio ya que si ocurre algún accidente o altercado te puedes cubrir frente a terceros. Tras pedir presupuesto en varias aseguradoras se ha visto que, en media, si quieres que el seguro te cubra una gran cantidad de riesgos el precio rondará los 400 euros al año, es decir, unos 33,35 euros al mes.

-Método de pago: Se va a contratar el TPV (terminal punto de venta) con el Banco Santander y habrá una comisión mensual de 8 euros al mes. Además si se quiere añadir un seguro contra caídas del aparato se podrá incrementar la comisión a 16 euros al mes, pero de momento la comisión será la primera.

-Gasto extraordinario: Cada mes se depositarán 60 euros por si hay desviaciones en las estimaciones y las cosas empiezan a ir mal ya que además el sector de la creación de eventos depende mucho de cómo vaya la situación económica del país y, por tanto, si llega una crisis afectará más que a otros sectores.

Tabla 4.11: Gastos fijos del primer año

Gastos fijos	Mes	Año
Publicidad	200,00 €	2.400,00 €
Material Fungible	20,00 €	240,00 €
Teléfono y Wifi	24,12 €	289,44 €
Luz	60,00 €	720,00 €
Seguro	33,35 €	400,20 €
Medio de pago	8,00 €	96,00 €
Gasto extraordinario	60,00 €	720,00 €
TOTAL	405,47 €	4.865,64 €

Fuente: Elaboración Propia

Hay que tener en cuenta que el efecto de la inflación hará que los gastos aumenten anualmente. En el 2015 la inflación cerró a niveles muy bajos así que el primer año se dejarán los cálculos efectuados en la tabla anterior pero para el segundo se supondrá que la inflación es del 0,75%, para el tercero del 1%, igual que para el cuarto y, por último, para el quinto, del 1,5%. Esto se va a suponer así porque se prevé que la economía vaya mejorando y, por tanto, que la inflación se vaya incrementando.

Tabla 4.12: Gastos fijos anuales

Gastos fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	2.400,00 €	2.580,00 €	2.838,00 €	3.121,80 €	3.590,07 €
Material Fungible	240,00 €	258,00 €	283,80 €	312,18 €	359,01 €
Teléfono y Wifi	289,44 €	311,15 €	342,26 €	376,49 €	432,96 €
Luz	720,00 €	774,00 €	851,40 €	936,54 €	1.077,02 €
Seguro	400,20 €	430,22 €	473,24 €	520,56 €	598,64 €
Medio de pago	96,00 €	96,00 €	96,00 €	96,00 €	96,00 €
Gasto extraordinario	720,00 €	774,00 €	851,40 €	936,54 €	1.077,02 €
TOTAL	4.865,64 €	5.223,36 €	5.736,10 €	6.300,11 €	7.230,73 €

Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.- Gastos variables:

Están relacionados con el nivel de venta. Solo va a existir un tipo de gasto variable para esta empresa:

-Coste del servicio: será lo que cueste ofrecer el servicio más el margen que se quiera obtener de beneficios. Para el primer año el margen seleccionado será del 10%, así el coste será del 90%, esto se debe a que, probablemente, los servicios de la empresa resulten más caros que los de otros competidores debido a los proveedores. Además al ser el primer año de negocio y habiendo tantos gastos es imposible que la entidad se pueda quedar con un margen superior.

Durante los años dos y tres se espera que el margen aumente al 16%, lo que dejará un coste del 84%, esto será debido a la estimación del incremento de ventas, al obtener más ingresos la compañía se podrá quedar con un margen algo superior de beneficios. El cuarto año dicho margen aumentará al 20% y el coste será del 80%, a partir de ahí se mantendrá constante. Es lógico que cada año este margen vaya en aumento ya que conforme pase el tiempo se obtendrán más beneficios, además los gastos (la deuda

financiera por ejemplo o el desembolso inicial) se irán reduciendo y se comenzarán a obtener resultados del ejercicio positivos.

Para observar todo esto adecuadamente se va a ver en una tabla en la que aparecen diferenciados el gasto anual y el mensual.

Tabla 4.13: Gastos variables del primer año

Gastos Variables	Mes	Año
Coste del Servicio	8.325,00 €	99.900,00 €

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se calculan los Gastos Variables anuales para los cinco años.

Tabla 4.14: Gastos Variables Anuales

Gasto Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coste del servicio	99.900,00 €	111.888,00 €	138.741,12 €	157.239,94 €	179.253,53 €

Fuente: Elaboración Propia

4.6.- PERSONAL:

La directora trabajará desde el primer año a jornada completa, durante este año su salario será de 850 euros, durante los dos siguientes se irá incrementando en 50 euros, el cuarto año lo subirá directamente a 1.100 euros y en el quinto se espera que cobre unos 1.250 euros, ya que estima que cada año trabaja más, la empresa va teniendo más beneficios y los suyos también deberían incrementarse. Además la fundadora tendrá que pagar, en concepto de Seguridad Social, la cuota de autónomo y, puesto que no ha tenido negocios antes y tiene menos de treinta y cinco años, tendrá deducciones importantes.

Tabla 4.15: Cuota de autónomo

Cuota autónomo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero a Junio	58,26 €	186,92 €	186,92 €	267,04 €	267,04 €
Julio a Diciembre	133,52 €	186,92 €	267,04 €	267,04 €	267,04 €
Total	1.150,68 €	2.243,04 €	2.723,76 €	3.204,48 €	3.204,48 €

Fuente: Elaboración Propia

Hasta el tercer año no se contratará a nadie porque la fundadora de la empresa podrá ejercer su trabajo sin necesidad de ayuda, pero en el tercer año se espera que las ventas

se incrementen y con ellas lleguen nuevos clientes. Para el proceso de selección se les ha dado prioridad a aquellos participantes que tuvieran conocimientos de marketing y de negociación para poder reducir gastos en publicidad y para tener mejor posición ante los proveedores y los clientes en las negociaciones de precios. La persona a la que se contrate estará trabajando a media jornada tanto en el tercer año como en el cuarto y cobrará algo menos del salario mínimo precisamente por dicho motivo y porque así se abaratarán costes.

En el quinto año la directora de la entidad decide que, si el trabajador quiere, le hará un nuevo contrato a jornada completa. El trabajador acepta y pasa a cobrar el salario mínimo interprofesional.

La sociedad limitada pagará en concepto de la Seguridad Social el 23,60% del salario del trabajador durante los tres últimos años, lo cual supone otro gasto más para la empresa.

El gasto total de los salarios será el siguiente:

Tabla 4.16: Salarios primer año

Personal	Importe Bruto Mensual	Número de pagas	Importe Bruto Anual	Coste S.S. Empresa	Coste Anual a la Empresa
Fundadora	850	12	10.200,00 €	1.150,68 €	11.350,68 €
Total					11.350,68 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4.17: Salarios segundo año

Personal	Importe Bruto Mensual	Número de pagas	Importe Bruto Anual	Coste S.S. Empresa	Coste Anual a la Empresa
Fundadora	900	12	10.800,00 €	2.243,04 €	13.043,04 €
Total					13.043,04 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4.18: Salarios tercer año

Personal	Importe Bruto Mensual	Número de pagas	Importe Bruto Anual	Coste S.S. Empresa	Coste Anual a la Empresa
Fundadora	950	12	11.400,00 €	2.723,76 €	14.123,76 €
Asalariado (media jornada)	403,31	14	5.646,34 €	1.332,54 €	6.978,88 €
Total					21.102,64 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4.19: Salarios cuarto año

Personal	Importe Bruto Mensual	Número de pagas	Importe Bruto Anual	Coste S.S. Empresa	Coste Anual a la Empresa
Fundadora	1100	12	13.200,00 €	3.204,48 €	16.404,48 €
Asalariado (media jornada)	403,31	14	5.646,34 €	1.332,54 €	6.978,88 €
Total					23.383,36 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4.20: Salarios quinto año

Personal	Importe Bruto Mensual	Número de pagas	Importe Bruto Anual	Coste S.S. Empresa	Coste Anual a la Empresa
Fundadora	1250	12	15.000,00 €	3.204,48 €	18.204,48 €
Asalariado	655,2	14	9.172,80 €	2.164,78 €	11.337,58 €
Total					29.542,06 €

Fuente: Elaboración Propia

4.7.- RESULTADO DEL EJERCICIO:

Finalmente se va a hacer el cálculo del resultado del ejercicio para los cinco años de horizonte temporal. Para realizar esto se tendrán en cuenta todos los apartados estimados anteriormente a excepción del desembolso inicial. El Impuesto de Sociedades de los años cuarto y quinto es del 15% por ser emprendedores⁶.

Tabla 4.21: Resultado del Ejercicio

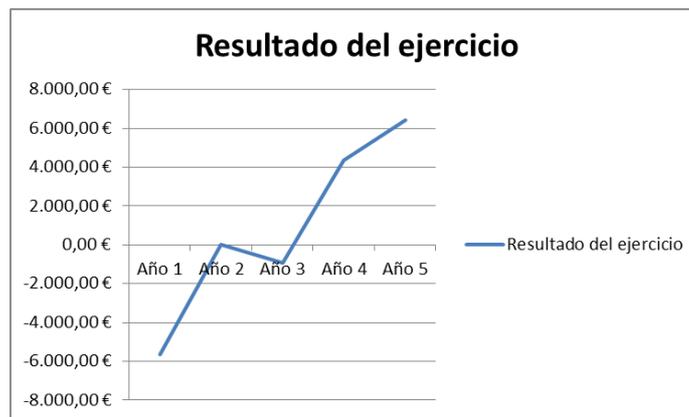
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	111.000,00 €	133.200,00 €	165.168,00 €	196.549,92 €	224.066,91 €
-Gastos	116.550,87 €	130.588,95 €	166.014,40 €	187.357,95 €	216.460,86 €
Gastos fijos	4.865,64 €	5.223,36 €	5.736,10 €	6.300,11 €	7.230,73 €
Gastos variables	99.900,00 €	111.888,00 €	138.741,12 €	157.239,94 €	179.253,53 €
Amortizaciones	434,55 €	434,55 €	434,55 €	434,55 €	434,55 €
Gasto de Personal	11.350,68 €	13.043,04 €	21.102,64 €	23.383,36 €	29.542,06 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	-5.550,87 €	2.611,05 €	-846,40 €	9.191,97 €	7.606,05 €
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
-Gastos financieros	100,72	82,51	63,37	43,28	22,17
RESULTADO FINANCIERO	-100,72 €	-82,51 €	-63,37 €	-43,28 €	-22,17 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-5.651,59 €	2.528,55 €	-909,77 €	9.148,69 €	7.583,88 €
-Compensación pérdidas ejercicios anteriores	-	-2.528,55 €	-	-4.032,82 €	-
-Impuesto sobre beneficio	-	-	-	-767,38 €	-1.137,58 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	-5.651,59 €	0,00 €	-909,77 €	4.348,50 €	6.446,30 €

Fuente: Elaboración Propia

⁶ Gutierrez Viguera, M., García Tome, A.(2014): Guía para el cierre contable y fiscal del Ejercicio Económico. Editorial Ra-Ma.

La conclusión es que los tres primeros años los resultados son negativos o cero, pero dichos resultados se van a ir compensando durante los dos años siguientes, de tal forma que en el cuarto año se compensarán todas las pérdidas y empezará a haber cifras positivas, el inconveniente es que pese a que el resultado del ejercicio pasa a ser positivo es muy pequeño y tener que esperar hasta el cuarto año para obtener beneficios tan pequeños es arriesgado.

Gráfico 4.1: Resultado del Ejercicio



Fuente: Elaboración Propia

5.-ANÁLISIS DE VIABILIDAD:

5.1.-CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA:

Los flujos de caja se calculan haciendo la diferencia entre cobros y pagos, son utilizados para valorar proyectos de inversión como el que se estudia en este trabajo.

En el tercer año de carrera se nos enseñaron varios métodos para calcular dichos flujos, AECA-20, PGC-07 y FASB-95. Este último es el más sencillo y el que se utiliza internacionalmente por lo tanto será el método utilizado. El método tiene tres apartados que son el de actividad normal por parte de la empresa, el de las operaciones financieras y el de las actividades inversoras. Este último apartado será eliminado puesto que durante los cinco años que analizamos no se efectúa ninguna.⁷

⁷ González Pascual, J. (2011): Análisis de la empresa a través de su información económico financieras. Editorial Pirámide.

El flujo de caja para el año de creación será de 3.710,55 euros, que son los fondos propios aportados por la entidad, puesto que el desembolso inicial era de 5710,55 euros y hay que restarle 2000 euros del préstamo. A continuación se muestran los flujos obtenido para cada uno de los cinco años de horizonte temporal.

Tabla 5.1: Flujos de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
0.Desembolso inicial	-3.710,55 €	-	-	-	-	-
1.Operaciones ordinarias	-	-5.217,04 €	2.963,09 €	-475,23 €	8.815,86 €	6.880,84 €
-Cobros:	-	111.000,00 €	133.200,00 €	165.168,00 €	196.549,92 €	224.066,91 €
Venta del servicio	-	111.000,00 €	133.200,00 €	165.168,00 €	196.549,92 €	224.066,91 €
-Pagos:	-	116.217,04 €	130.236,91 €	165.643,23 €	187.734,06 €	217.186,07 €
Gastos fijos	-	4.865,64 €	5.223,36 €	5.736,10 €	6.300,11 €	7.230,73 €
Gastos variables	-	99.900,00 €	111.888,00 €	138.741,12 €	157.239,94 €	179.253,53 €
Gastos de personal	-	11.350,68 €	13.043,04 €	21.102,64 €	23.383,36 €	29.542,06 €
Gastos financieros	-	100,72 €	82,51 €	63,37 €	43,28 €	22,17 €
Impuesto de Sociedades	-	0,00 €	0,00 €	0,00 €	767,38 €	1.137,58 €
2.Operaciones de financiación	-	-361,69 €	-379,90 €	-399,04 €	-419,13 €	-440,24 €
-Cobros:	-	0	0	0	0	0
-Pagos:	-	361,69 €	379,90 €	399,04 €	419,13 €	440,24 €
Amortización del préstamo	-	361,69 €	379,90 €	399,04 €	419,13 €	440,24 €
TOTAL FLUJOS DE CAJA	-3.710,55 €	-5.578,73 €	2.583,19 €	-874,26 €	8.396,73 €	6.440,60 €

Fuente: Elaboración Propia

Los flujos de caja durante el año cero y el siguiente serán negativos, algo lógico puesto que en el año cero se efectúa el desembolso inicial y es difícil comenzar el primer año con beneficios. El segundo año hay un cambio y el flujo es positivo, pero al siguiente vuelve a ser negativo y casi del mismo importe que el del flujo positivo del segundo año, por lo que se compensan menos de cien euros. Al fin el cuarto año el flujo se vuelve bastante positivo y su cantidad es considerable, aunque en el quinto año dicha cantidad disminuye. Esto es debido a que en el quinto año los beneficios no se incrementan tanto como antes y los gastos en cambio aumentan bastante de un año para otro, lo cual da lugar a un flujo positivo pero inferior al anterior.

5.2.-TASA DE DESCUENTO:

El método más usado para calcularla es el del WACC o Coste Medio Ponderado de Capital. La fórmula que lo compone es la siguiente:

$$WACC = \frac{E}{V} \times Ke + \frac{D}{V} \times Kd \times (1 - T)$$

Donde:

E: es el valor de mercado de las acciones.

D: es el valor de mercado de la Deuda.

E/V: es el valor del capital accionario entre el valor del total del capital de la empresa (capital accionario y deuda).

D/V: es el valor de la deuda entre el total del capital de la empresa (capital accionario y deuda)

V: es el valor de mercado del capital expresado como la suma de **E+D**.

Ke: es la rentabilidad mínima exigida a las acciones.

Kd: es el costo de la deuda

T: es la tasa de impuesto a la renta

Fuente: Cap. 5 y 9 del libro Finanzas Corporativas del profesor Eduardo Court.⁸

En la ecuación se puede ver que intervienen tanto las deudas como los recursos propios, además de las rentabilidades correspondientes a cada uno de ellos. Mis recursos propios son muy baratos ya que actualmente el tipo al que se remunerarían sería, como mucho, un 1%. Si se utilizara esta fórmula del coste medio ponderado el resultado sería de menos del 4,28%.

5.3.-EVALUACIÓN DEL PROYECTO:

En este apartado se van a ver varios indicadores que van a darnos información sobre si el proyecto es viable o no. Los tres indicadores han sido estudiados en el tercer año de carrera, en la asignatura de Gestión Financiera⁹.

5.3.1.-Payback (Período de retorno):

El Payback es, básicamente, los años que deben pasar para que el capital invertido y los flujos de caja sean iguales.¹⁰ Es uno de los indicadores más fáciles de utilizar pero lo malo es que, no se ha tenido en cuenta la evolución del dinero en el tiempo porque es un indicador estático.

⁸ Court Murasso, E. (2013): Finanzas Corporativas. Editorial Cengage Learning.

⁹ Roca, F., Rojas, J. (2013): Evaluación de Proyectos para Emprendedores. Editorial Createspace.

¹⁰ Tamames, R., y Gallego S. (2006): Diccionario de Economía y Finanzas. Editorial Alianza.

Es por este motivo por el que se ha decidido realizar directamente el Payback actualizado que es un indicador dinámico. Así se va a poder observar la evolución del dinero en el tiempo. La tasa de actualización es del 4,28%.

Tabla 5.2: Payback Actualizado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-3.710,55 €	-	-	-	-	-
Flujo de caja	-	-5.349,76 €	2.477,16 €	-838,38 €	8.052,10 €	6.176,26 €
Flujo de caja acumulado	-3.710,55 €	-9.060,31 €	-6.583,14 €	-7.421,53 €	630,57 €	6.806,83 €

Fuente: Elaboración Propia

La inversión se recupera en poco más de cuatro años, aproximadamente a los cuatro años y once meses, es decir, se necesitan básicamente los cinco años del proyecto para recuperar la inversión.

5.3.2.-VAN (Valor actual neto):

El VAN mide el valor generado por la inversión para la empresa. Es la suma actualizada de los flujos que se han ido generando por el proyecto y a esto se le resta el desembolso inicial. Así si tuviéramos varios proyectos elegiríamos el que más incrementara el valor de la empresa. Si el VAN fuera negativo sería mejor no emprender el proyecto porque reduciría el valor de la empresa.¹¹

La tasa de actualización es del 4,28%. K será la tasa de actualización, n el número de años, Co el desembolso inicial y Ft los flujos generados. La fórmula del VAN es la siguiente:

$$VAN = -C_o + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^n}$$

Se utilizará la fórmula de Excel llamada VNA para calcularlo, con ella se obtiene un VAN de 4.868,01 euros. Es un valor positivo pero bastante pequeño, no le daría demasiado valor añadido a la compañía.

¹¹ Jiménez Caballero, J.L., Pérez López, C., de la Torre Gallegos, A. (2005): Gestión financiera de la empresa. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A).

5.3.3.-TIR (Tasa interna de rentabilidad):

La TIR muestra la rentabilidad que genera el proyecto, es el tipo de descuento que hace que el VAN sea cero. Para indicar con este medidor si el proyecto se debería aceptar o no lo que hay que hacer es comparar la TIR con el coste de capital de la inversión y solo se aceptará si la TIR es mayor.¹²

La fórmula es la misma que la de antes para el VAN solo que igualando a cero y la incógnita será k. Los cálculos se realizarán con la fórmula de Excel llamada TIR y ésta será del 18,13%. Es algo mayor al 4,28%, que es nuestra rentabilidad mínima exigida, así que el proyecto se aceptaría en principio.

De esta manera todos los análisis muestran que la inversión, en principio, es rentable, aunque a continuación se procederá a hacer el análisis de sensibilidad para terminar de corroborarlo.

5.4.-ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Este análisis va a servir para decidir más claramente porque se tendrá más conocimiento de la sensibilidad de las distintas variables ante los diferentes cambios que se puedan producir en diferentes escenarios.¹³ En este estudio se van a analizar cuatro escenarios, el pesimista, con una disminución del 15% de los ingresos (al cambiarlos también cambiará el impuesto sobre beneficios y los gastos variables), el optimista, con un incremento del 15% en los ingresos, otro optimista incrementando el margen que la entidad se queda de los ingresos a un 15% el primer año y los siguientes en el mismo porcentaje que en el escenario normal pero aplicándolos a este escenario optimista y, por último, estos tres y el normal pero sin financiación ajena. Se ha elegido ese porcentaje de incremento y disminución porque se cree que es el más indicado ya que es difícil que, por muy optimista que seas, los ingresos se incrementen en más de ese porcentaje e igual por muy pesimista que seas ya que siempre tendrás algún cliente cuando pasen dos o tres meses desde la creación del negocio.

¹² Jiménez Caballero, J.L; Pérez López, C., de la Torre Gallegos, A. (2005): Gestión financiera de la empresa. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A).

¹³ Rodes Bach, A. (2014): Gestión económica y financiera de la empresa. Editorial S.A. Ediciones Paraninfo.

5.4.1.-Escenario pesimista:

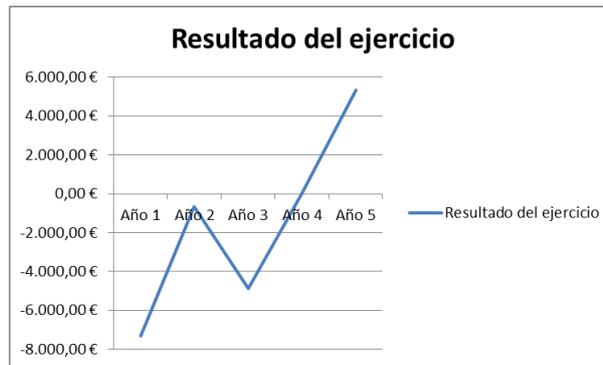
Los ingresos disminuirían en un 15%, lo cual sería bastante perjudicial para la compañía. Los resultados han sido los siguientes, para obtener más información consultar el Anexo 1:

Tabla 5.3: Resultado del ejercicio en un escenario pesimista

RESULTADO DEL EJERCICIO	-7.316,59 €	-668,25 €	-4.873,81 €	0,00 €	5.319,37 €
--------------------------------	--------------------	------------------	--------------------	---------------	-------------------

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5.1: Resultado del Ejercicio Escenario Pesimista



Fuente: Elaboración Propia

En el quinto año comenzarán a obtenerse beneficios, es una cifra insuficiente teniendo en cuenta el tiempo que se ha tenido que esperar para obtenerla. Si se diera este caso la empresa seguramente quebraría.

Los nuevos flujos de caja serían los siguientes:

Tabla 5.4: Flujos de caja escenario pesimista

TOTAL FLUJOS DE CAJA	-3.710,55 €	-7.243,73 €	-613,61 €	-4.838,30 €	4.938,29 €	15.126,87 €
-----------------------------	--------------------	--------------------	------------------	--------------------	-------------------	--------------------

Fuente: Elaboración Propia

Para más información consulte el Anexo 1.

Los flujos de caja, como era de esperar, también son inferiores a los del escenario normal, aunque siguen obteniéndose flujos positivos el cuarto y el quinto año. Aun así los flujos positivos siguen llegando excesivamente tarde.

Con estos datos deberé modificar los medidores como el VAN o la TIR para ver si el proyecto, con las variaciones ocurridas, es viable o no.

-VAN: Para la tasa del 4,28% el VAN obtenido es de 955,35 euros, al ser positivo se aceptaría la inversión porque daría valor añadido a la empresa, pero es un valor excesivamente pequeño.

-TIR: Esta también sale positiva, según los cálculos con Excel es de 6,13%, por lo tanto corroboraría que el proyecto debería llevarse a cabo, al menos en principio.

Todos los medidores indican que el negocio debería llevarse a cabo aunque hubiera una bajada del 15% en los ingresos esperados.

5.4.2.-Escenario optimista:

En este escenario los ingresos esperados se van a incrementar en un 15% por lo que, si el proyecto es viable en un escenario normal, los resultados deberían ser positivos, todavía mejores que los de antes. Este sería el escenario más deseado por cualquier entidad.

Los ingresos son mayores, pero los gastos variables también, lo bueno es que el resto de las partidas de gastos seguirán siendo constantes, igual que pasaba en el escenario pesimista, y esto implica que los ingresos se han incrementado en un porcentaje mayor que los gastos y que, debido a ello, los resultados van a ser mejores, como se puede ver a continuación. Para obtener más información consultar el Anexo 2.

Tabla 5.6: Resultado del ejercicio en un escenario optimista

RESULTADO DEL EJERCICIO	-3.986,59 €	1.477,95 €	2.596,12 €	12.979,14 €	24.257,45 €
-------------------------	-------------	------------	------------	-------------	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5.2: Resultado del Ejercicio Escenario Optimista



Fuente: Elaboración Propia

Ahora el único año con resultados negativos es el primero ya que en el segundo se compensan todas las pérdidas y el resultado de dicho año será positivo aunque muy bajo. Los beneficios van incrementándose rápidamente y son muchísimo mejores que los del escenario normal. Si se diera el escenario optimista la inversión sería completamente viable, no habría ningún tipo de duda.

A continuación se realizarán las tablas con los flujos de caja:

Tabla 5.7: Flujos de caja escenario optimista

TOTAL FLUJOS DE CAJA	-3.710,55 €	-3.913,73 €	5.519,17 €	2.631,63 €	12.994,55 €	24.251,76 €
----------------------	-------------	-------------	------------	------------	-------------	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Para más información consultar el Anexo 2.

Se puede ver como los flujos de caja son mucho mayores que anteriormente, esto implica que habrán cambiado los indicadores así que habrá que recalcularlos. Se prevé que el resultado sea mucho mejor que en los escenarios anteriores.

-VAN: El VAN es de 30.588,47 euros, un dato muy bueno que indica que la inversión hace que el valor de la empresa se incremente y, por tanto, que la inversión es viable y exitosa.

-TIR: Este dato es un 67,24%, que es muy superior al 4,28%, lo cual significa que la inversión es muy rentable.

Una vez más los indicadores informan de que el proyecto es viable y muy positivo.

5.4.3.-Escenario optimista cambiando márgenes:

Los ingresos han permanecido iguales que en el escenario normal y solo cambiando un poco los márgenes todos los resultados han mejorado. Por ejemplo los del resultado del ejercicio han sido los siguientes, para más información consultar el Anexo 3:

Tabla 5.9: Resultado del Ejercicio Segundo Escenario Optimista:

RESULTADO DEL EJERCICIO	-101,59 €	7.723,92 €	6.246,33 €	14.232,14 €	14.090,42 €
--------------------------------	------------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5.3: Resultado del Ejercicio del Segundo Escenario Optimista:



Fuente: Elaboración Propia

Se empiezan a obtener beneficios en el segundo año y se van incrementando poco a poco cada año, todo indica que el proyecto será viable. Para comprobarlo con los diferentes índices se han calculado los flujos de caja:

Tabla 5.10: Flujos de Caja Segundo Escenario Optimista:

TOTAL FLUJOS DE CAJA	-3.710,55 €	-28,73 €	7.880,14 €	6.281,84 €	14.247,56 €	14.084,73 €
-----------------------------	--------------------	-----------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------

Fuente: Elaboración Propia

Para más información consultar el Anexo 3.

También son mucho mejores que en el escenario normal. A continuación se van a analizar los índices:

-VAN: El resultado al calcularlo ha sido de 32.518,76 euros.

-TIR: El resultado al hallarla ha sido de 106,41%.

Todos los indicadores muestran que el proyecto es totalmente viable, incluso mejor que el anterior escenario optimista, esto muestra que en este negocio el punto clave son los márgenes de ingresos que se puede quedar la empresa.

5.4.4.-Todos los escenarios sin incluir financiación ajena:

En este apartado se han repetido los cuatro escenarios anteriores pero eliminando el préstamo pedido y, por tanto, manteniendo únicamente los fondos propios. Los gastos financieros desaparecerán. Se va a suponer, por tanto, que el desembolso inicial se hace completamente con fondos propios y será de 5.710,55 euros.

Pueden verse las tablas realizadas en el anexo cuatro. Estos son los resultados y su comparación con los que incluyen la financiación ajena:

Tabla 5.12: Comparación tres escenarios financiación propia y ajena

Financiación Ajena y Propia				
Rentabilidad Propietario				
	Pesimista	Real	Optimista	Optimista Margen
Payback actualizado	Más de 5 años	Más de 4 años	Más de 3 años	Más de dos años
VAN	955,35 €	4.868,01 €	30.588,47 €	32.518,76 €
TIR	6,13%	18,13%	67,24%	106,41%

Financiación Propia				
Rentabilidad proyecto				
	Pesimista	Real	Optimista	Optimista Margen
Payback actualizado	Más de 5 años	Más de 4 años	Más de 3 años	Más de dos años
VAN	236,57 €	4.871,01 €	34.713,68 €	32.513,93 €
TIR	4,70%	16,11%	61,83%	84,37%

Fuente: Elaboración Propia

Se ve claramente como la mayoría de los escenarios son mejores si hay tanto financiación propia como ajena en términos de TIR al menos. Esto podría ser causado por el apalancamiento financiero, que consiste en que se puede multiplicar la rentabilidad mediante financiación ajena ya que mientras la TIR sea mayor al coste de capital se podrá seguir invirtiendo en financiación ajena y cada vez más.

6.-CONCLUSIÓN

El objetivo del trabajo era ver la viabilidad de un proyecto de inversión que, en mi caso, ha consistido en la creación de una empresa de organización de eventos. La forma jurídica que se ha elegido ha sido la de Sociedad Limitada Unipersonal. A partir de ahí han comenzado a efectuarse análisis.

En primer lugar, en el estudio del entorno se ha concluido con que la situación económica en España no es del todo buena pero estamos empezando a crecer nuevamente y, por lo tanto, este es un punto beneficioso para la compañía. Además, aunque hay una gran cantidad de competidores, este tipo de empresas cada vez son más demandadas por múltiples motivos y con algo de imaginación se le pueden dar nuevas salidas ya que es un sector que debe ir renovándose para no morir.

A continuación se ha procedido a hacer un análisis económico para estimar los ingresos y gastos, el resultado del ejercicio y los flujos de caja y finalmente se ha realizado un análisis de viabilidad a partir de indicadores como VAN y TIR.

En el escenario normal los indicadores muestran que la inversión podría llevarse a cabo. Si esto se analiza más a fondo es obvio que, con el escaso margen de ingresos que se queda la entidad, el proyecto no sería viable porque es muy difícil aguantar tantos años con pérdidas y que los beneficios, cuando al fin se obtienen, sean tan bajos.

Además, pese a que la economía española va mejorando, los eventos siguen considerándose algo secundario desde 2008 por lo que sería más probable ir hacia el escenario pesimista que hacia el optimista. Si fuera más fácil llegar a los escenarios optimistas la inversión sí que se llevaría a cabo.

Ya se ha comentado que los márgenes son un elemento fundamental para la empresa y que un pequeño incremento de estos supone unos resultados increíblemente mejores, pero en un escenario como el normal sería bastante complicado quedarse con un margen del 15% y que, además, fuera incrementándose los años siguientes, sería bastante difícil tener un gran poder negociador con los proveedores tan pronto.

Por lo tanto la conclusión es que el proyecto actualmente no se llevaría a cabo porque es muy arriesgado, aunque sea viable, y actualmente es más fácil ir hacia el escenario pesimista que hacia el optimista.

BIBLIOGRAFÍA

Cerviño Fernández, J. (2006): Marketing internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado (Empresa Y Gestión). Editorial Pirámide.

Court Murasso, E. (2013): Finanzas Corporativas. Editorial Cengage Learning.

González Pascual, J. (2011): Análisis de la empresa a través de su información económico financieras. Editorial Pirámide.

Guerras Martín, L.A., Navas López, J.E. (2015): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Editorial S.L Civitas Ediciones.

Gutierrez Viguera, M., García Tome, A. (2014): Guía para el cierre contable y fiscal del Ejercicio Económico. Editoral Ra-Ma.

Jiménez Caballero, J.L., Pérez López, C. y de la Torre Gallegos, A. (2005): Gestión financiera de la empresa. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A).

Lopez Corrales, F., Marenque Álvarez-Santullano, M. y Anido Crespo, M. (2013): Matemáticas financieras básicas. Editorial Garceta Grupo.

M. Grant, R. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas Ediciones, S.L.

Pablo López, A. y Ferruz Agudo, L. (2004): Finanzas de empresa. Editorial centro de estudios Ramón Aceres, S.A. Madrid.

Roca, F., Rojas, J. (2013): Evaluación de Proyectos para Emprendedores. Editorial Createspace.

Rodes Bach, A. (2014): Gestión económica y financiera de la empresa. Editorial S.A. Ediciones Paraninfo.

Tamames, R. y Gallego S. (2006): Diccionario de Economía y Finanzas. Editorial Alianza.

WEBGRAFÍA

5 FUERZAS DE PORTER. Espacio web que otorga información respecto a la herramienta de análisis estratégico denominada “Las Cinco Fuerzas de Porter”:

<http://www.5fuerzasdeporter.com/> (Consulta Febrero 2016)

AEVEA. Página web de las Agencias de Eventos Españolas Asociadas:

<http://www.aevea.es/> (Consulta Febrero 2016)

AGENCIA TRIBUTARIA. Página web oficial de la Agencia Tributaria:

www.agenciatributaria.es (Consulta Febrero 2016).

BANCO DE ESPAÑA. Espacio web del Banco de España dedicado a dar toda la información y noticias posibles de la economía española:

<http://www.bde.es/bde/es/> (Consulta Enero 2016)

BBVA CON TU EMPRESA. Página web del banco español BBVA encargada de dar información económica a aquellos que tienen un negocio:

<http://www.bbvacontuempresa.es/> (Consulta Enero 2016)

BLOG BANKINTER. Espacio web del banco Bankinter dedicada a explicar las diversas previsiones de datos económicos, macroeconómicos y financieros:

<http://blog.bankinter.com/blogs/bankinter/default.aspx> (Consulta Enero 2016)

BOE. Página web oficial del Boletín Oficial del Estado:

www.boe.es (Consulta Enero 2016).

CINCODIAS. Periódico digital:

<http://cincodias.com/> (Consulta Febrero 2016)

CIRCE (Centro de información y red de creación de empresas). Página web especializada en ayudar a los nuevos emprendedores:

<http://portal.circe.es/> (Consulta Enero 2016).

CIS. Página web oficial del Centro de Investigaciones Sociológicas:

www.cis.es (Consulta Enero 2016).

CONGRESO. Página web del Congreso de los Diputados:

<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso> (Consulta Enero 2016)

CREATUEMPRESA. Página web especializada en aconsejar a quienes desean comenzar un nuevo negocio:

<http://www.creatuempresa.org/> (Consulta Enero 2016)

CREAR EMPRESA. Página web dedicada a dar toda la información posible a todos aquellos usuarios que deseen emprender con un negocio:

<http://www.crear-empresas.com/> (Consulta Enero 2016)

DMS CONSULTING. Espacio web encargado de dar información económica y de transmitir las últimas noticias más importantes en dicho ámbito:

<http://www.consultingdms.com/> (Consulta Enero 2016)

EMPRENEDORES. Es un espacio web dedicado a presentar las últimas oportunidades de negocio y estratégicas básicas para que los negocios de los nuevos emprendedores vayan viento en popa:

<http://www.emprendedores.es/> (Consulta Enero 2016)

ECONOMIA 48. Enciclopedia online de economía:

<http://www.economia48.com/> (Consulta Febrero 2016)

ECONOMIA. EL PAÍS. Periódico digital:

<http://economia.elpais.com/> (Consulta Enero 2016)

EL BLOG SALMÓN. Blog dedicado a la economía:

<http://www.elblogsalmon.com/> (Consulta Febrero 2016)

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Enciclopedia online sobre finanzas:

<http://www.encyclopediainanciera.com/> (Consulta Enero 2016)

EURIBOR RATES. Espacio web que otorga información sobre el Euríbor y los diversos índices relacionados con éste:

<http://es.euribor-rates.eu/> (Consulta Febrero 2016)

EVENTBRITE. Espacio web que da las claves del éxito para una compañía de organización de eventos:

<http://www.eventbrite.com.ar/blog/> (Consulta Febrero 2016)

EVENTOPLUS. Portal web dedicado a dar toda la información posible del sector de la creación de eventos:

<http://www.eventoplus.com/> (Consulta Febrero 2016)

EXPANSION. Periódico digital:

<http://www.expansion.com/> (Consulta Febrero 2016)

EL CONFIDENCIAL. Periódico digital:

www.elconfidencial.com (Consulta Febrero 2016)

EL ECONOMISTA. Periódico digital:

<http://www.eleconomista.es/> (Consulta Enero 2016)

EL MUNDO. Periódico digital:

<http://www.elmundo.es/> (Consulta Enero 2016)

EL PLURAL. Periódico digital:

<http://www.elplural.com/> (Consulta Febrero 2016)

FACTOR EMPRENDE. Página web que explica paso por paso como crear tu propia empresa:

<http://www.factoremprende.com/Contentpg.asp?DomainID=2> (Consulta Enero 2016)

FISCAL IMPUESTOS. Página web dedicada a explicar las diferentes obligaciones fiscales y a dar noticias sobre ellas:

<http://www.fiscal-impuestos.com/> (Consulta Febrero 2016)

FUNCAS. Es la página web de una institución privada que se dedica a la investigación social y económica:

<http://www.funcas.es/Index.aspx> (Consulta Febrero 2016)

GUÍA CEEI (Guía para la creación de empresas). Página web que se dedica a aportar información para aquellos que quieran invertir en la creación de una nueva empresa:

<http://www.guia.ceei.es/> (Consulta Enero 2016)

GLOBAL RATES. Página web dedicada a dar datos macroeconómicos de diversos lugares del mundo:

<http://es.global-rates.com/> (Consulta Enero 2016)

INE. Página web oficial del Instituto Nacional de Estadística:

www.ine.es (Consulta Febrero 2016).

INFOAUTONOMOS (ELECONOMISTA). Sección de la página web “ElEconomista” que da información para autónomos:

<http://infoautonomos.eleconomista.es> (Consulta Enero 2016)

LIBRE MERCADO. Periódico digital:

<http://www.libremercado.com/> (Consulta Febrero 2016)

MARKETING DIRECTO. Portal web que informa de las últimas claves del marketing que se van descubriendo:

<http://www.marketingdirecto.com/> (Consulta Enero 2016)

MINETUR. Espacio web del Gobierno de España dedicado al Ministerio de Industria, Energía y Turismo:

<http://www.minetur.gob.es/es-ES/Paginas/index.aspx> (Consulta Febrero 2016)