



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo: GRIPAOX E.R.L

Autor/es

David Alcaina Gargallo

Director/es

Consuelo González Gil

Facultad de Economía y empresa

15 de Febrero de 2020

CONTENIDO

CONTENIDO.....	1
ÍNDICE ILUSTRACIONES	3
1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. ABSTRACT.....	4
3. PRESENTACION DEL PLAN DE NEGOCIO.....	5
4. VIABILIDAD ESTRATÉGICA	6
4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL.....	6
➤ 4.1.1 FACTORES ECONÓMICOS	6
A) Evolución del PIB	6
B) Tasa de desempleo	7
C) Evolución del IPC.....	7
D) Tipo de interés	8
➤ 4.1.2 FACTORES TECNOLÓGICOS.....	9
➤ 4.1.3 FACTORES SOCIO- CULTURALES	10
A) Evolución demográfica.....	10
B) Distribución de la renta.....	10
➤ 4.1.4 FACTORES POLÍTICO-LEGALES	10
4.2 ANÁLISIS DE MERCADO	11
A) Poder de negociación de los proveedores	12
B) Amenaza de productos sustitutivos.....	12
C) Poder de negociación con los compradores	12
D) Amenaza de nuevos competidores	13
E) Competidores existentes.....	13
5. VIABILIDAD COMERCIAL	14
5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO	14
5.2 PROMOCION	15
5.3 DISTRIBUCION.....	15
5.4 PRECIO.....	16
A) PREVISIÓN DE VENTAS.....	16
B) TASAS	17
C) PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	17
D) ALQUILERES.....	17
E) FIANZA.....	17
F) SUMINISTROS	17
G) SUMINISTRO DE TELÉFONO Y FIBRA	18
H) PRIMAS DE SEGURO	18
I) OTROS PAGOS.....	18
6. VIABILIDAD TECNICA	18
6.1 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	18
6.2 PERSONAL NECESARIO	19
6.3 FABRICACION PROPIA O SUBCONTRATACION	20
6.4 UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	20
6.5 INSTALACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPOS NECESARIOS.....	21
6.6 MATERIAS PRIMAS EMPLEADAS	24
6.7 COSTES FIJOS Y VARIABLES	24
6.8 FICHA DE FABRICACION DE PRODUCTOS Y CONTROL DE CALIDAD	25

7. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA	26
7.1 ELEGIR LA FORMA JURIDICA	26
7.2 PROCESO DE CONSTITUCION	26
A) Certificación negativa del nombre de la sociedad.....	26
B) Acta notarial	27
C) Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados	27
D) Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil	28
E) Otros trámites.....	28
8. GESTION DE RRHH	29
8.1 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.....	30
8.2 DEPARTAMENTO COMERCIAL.....	31
8.3 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION.....	31
8.4 SEGURIDAD SOCIAL	31
9. ANÁLISIS DAFO	32
9.1 Debilidades	32
9.2 Amenazas.....	32
9.3 Fortalezas.....	33
9.4 Oportunidades	33
10. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO	33
10.1 Análisis del plan de tesorería	33
10.2 Análisis del balance	34
10.3 Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias	34
10.4 Ratios financieros.....	34
10.5 Ratios económicos	35
11. CONCLUSION	35
BIBLIOGRAFÍA.....	37

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Análisis PEST.....	6
Ilustración 2. Evolución del PIB (Expansion 2018)	7
Ilustración 3. Evolución del desempleo (RTV 2019)	7
Ilustración 4. IPC 2004-2018.....	8
Ilustración 5. Evolución del tipo de interés a c/p.....	8
Ilustración 6. Evolución del tipo de interés a l/p	8
Ilustración 7. Penetración de e-commerce en España (Statista 2019)	9
Ilustración 8. Evolución de la población de España (país 2012)	10
Ilustración 9. Distribución de la riqueza en España (Statista 2019)	10
Ilustración 10. Camiseta ZARA	12
Ilustración 11. Camiseta T.H.....	12
Ilustración 12. Camiseta Lacoste	12
Ilustración 13. Modelo Cafe Racer 2.....	15
Ilustración 14. Modelo Cafe Racer 1.....	15
Ilustración 16. Modelo Racing R1.....	15
Ilustración 15. Modelo Racing ERN6.....	15
Ilustración 17. Impresora de fotolito.....	18
Ilustración 18. Creación de la pantalla	19
Ilustración 19. Pulpo con camiseta serigrafiada	19
Ilustración 20. Organigrama de la empresa.....	30
Ilustración 21. Cuadro desglose Seguridad Social	32
Ilustración 22. Ratios financieros (jraeconomistas s.f.)	35
Ilustración 23. Ratios económicos (jraeconomistas s.f.)	35

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento desarrolla el plan de negocio de GRIPAOX E.R.L. A lo largo del documento se va a analizar la viabilidad del mismo en los aspectos técnicos, estratégicos, comerciales y jurídicos y finalizará el análisis con un resumen de las cuentas de tesorería, Perdidas Y Ganancias Balance, así como un comentario de los ratios más importantes.

Para analizar este plan de negocio se va a empezar con un análisis de la viabilidad estratégica donde se procederá a desarrollar el entorno general mediante el método PEST y el mercado donde se sitúa este negocio. Posteriormente, se procederá con un análisis de la viabilidad comercial donde se detallará el diseño del producto, como se realizará la promoción y distribución que se llevará a cabo y el precio que se marcará.

Continuando con el análisis de viabilidad, se analizará la viabilidad técnica, desarrollando el proceso productivo, personal necesario, fabricación propia y subcontratación, ubicación de las instalaciones, maquinaria y materias primas necesarias, costes...

También se detallarán las características de la forma jurídica elegida y su proceso de constitución.

Fuera de la viabilidad y la forma jurídica se explicará mediante un organigrama la estructura de la empresa y se indicará la labor de cada trabajador y cada departamento.

Por último, antes de remarcar las conclusiones, se cerrará el plan de negocio con un análisis económico financiero detallado por plan de tesorería, balance y cuenta de Pérdidas Y Ganancias y un comentario sobre los ratios más notorios a la hora de analizar una empresa.

El objetivo de esta empresa es conseguir establecerse en el mercado actual bajo la comercialización de productos serigrafiados relacionados con el motociclismo y, difundir así su imagen de marca. De esta forma su público objetivo serán mayoritariamente un amplio público adulto de 18 a 65. Este público tan amplio se llega mediante los diseños creados en dos estilos diferentes.

Para ello aprovecha la creciente tasa de matriculaciones de motos para ofrecer un producto que relacione al propietario de la motocicleta con la misma. Esto se conseguirá gracias al factor diferenciador de este negocio, la personalización.

El propietario de la empresa será el emprendedor de responsabilidad limitada David Alcaina Gargallo, quién se encargará además de la administración y los recursos humanos de la empresa.

2. ABSTRACT

This document develops the business plan of GRIPAOX E.R.L. Throughout the document, the feasibility of the same will be analyzed in the technical, strategic, commercial and legal aspects and the analysis will be completed with a summary of the treasury, loss and profit balance accounts, as well as a commentary on the most important ratios.

To analyze this business plan, we will start with an analysis of the strategic viability where we will proceed to develop the general environment through the PEST method and the market where this business is located. Subsequently, we will proceed with an analysis of the commercial viability where the product design will be detailed, how the promotion and distribution will be carried out and the price that will be marked.

Continuing with the feasibility analysis, the technical feasibility will be analyzed, developing the production process, necessary personnel, own manufacturing and subcontracting, location of the facilities, machinery and necessary raw materials, costs ...

The characteristics of the chosen legal form and its constitution process will also be detailed.

Outside the viability and legal form, the structure of the company will be explained in an organizational chart and the work of each worker and each department will be indicated.

Finally, before highlighting the conclusions, the business plan will be closed with a detailed financial economic analysis by treasury plan, balance sheet and profit and loss account and a comment on the most notorious ratios when analyzing a company.

The objective of this company is to establish itself in the current market under the commercialization of screen printed products related to motorcycling and thus spread its brand image. In this way, your target audience will be mostly a large adult audience from 18 to 65. This wide audience is reached through designs created in two different styles.

To do this, take advantage of the increasing rate of motorcycle registrations to offer a product that relates the owner of the motorcycle with it. This will be achieved thanks to the differentiating factor of this business, personalization.

The owner of the company will be the limited liability entrepreneur David Alcaina Gargallo, who will also be responsible for the administration and human resources of the company.

3. PRESENTACION DEL PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocio que se va a desarrollar en este documento va a explicar la creación de una nueva empresa denominada GRIPAOX bajo la forma jurídica de Emprendedor de Responsabilidad Limitada.

Actualmente se está produciendo un aumento de la venta de motocicletas y un extraordinario aumento de los aficionados al motociclismo. Esto se debe a la moda actual de los VLOGS (videoblogs) donde se muestran las nuevas motocicletas que están saliendo al mercado. Bajo el carné tipo A2, las matriculaciones en España se dispararán. Siendo así, los consumidores que buscan un producto que los relacione con la motocicleta que acaban de adquirir o que siempre han soñado.

De esta forma, GRIPAOX ofrece dos gamas de producto textil diferenciadas, según el estilo de motocicleta, con un cierto grado de personalización por parte del cliente. Los productos a comercializar serán sudaderas y camisetas serigrafiadas con motivos de estilo *Cafe racer* y *Racing*.

La inversión a la hora de crear la empresa será de 10.000€, aportada por su creador, David Alcaina Gargallo. una vez creada, se necesitará capital para invertir en publicidad y promoción para el negocio.

El emprendedor, como se ha indicado anteriormente, será David Alcaina Gargallo. David es graduado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Zaragoza, además tiene experiencia en el mundo de las motos habiendo desarrollado conjuntamente la marca *Mottocicleta* bajo el logo *MO+O*.

4. VIABILIDAD ESTRATÉGICA

4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

El entorno general de la empresa son todos aquellos factores externos que tienen una influencia significativa sobre ella y que no se pueden controlar, ya que son variables que no se encuentran relacionados con la actividad que va a desarrollar la empresa. El método empleado para el análisis del entorno general es el PEST como así se resume gráficamente en el gráfico 1.



Ilustración 1. Análisis PEST

Cabe destacar que el negocio que se va a desarrollar es legal, tiene en cuenta la economía actual, no atenta contra la cultura del mercado a la que se dirige y se basa en una tecnología existente, por tanto, puede considerarse viable según este criterio.

➤ 4.1.1 Factores económicos

Este apartado recogerá las variables macroeconómicas que evalúan la situación actual y futura de la economía. En concreto, las principales variables a analizar serán la evolución del PIB, el tipo de interés, la evolución de los precios y la tasa de desempleo.

A) Evolución del PIB

El PIB es un factor clave para determinar la situación de la economía, ya que es un indicador que refleja la riqueza de un país durante un periodo determinado de tiempo.

Tal y como se puede observar en el *Gráfico 1. Evolución del PIB* (Expansion 2018), el PIB español en los últimos años ha sufrido unos altibajos importantes, todo ello relacionado con la fuerte crisis económica y las consecuencias que estas ha tenido en la economía. Sin embargo, estas variaciones tan significativas se suavizaron en los últimos años. Concretamente, desde el año 2014, el PIB han ido aumentando de forma similar, aunque este aumento ha sido cada vez menor. Este aumento progresivo, pero lento, se prevee que siga sucediendo, tal y como lo indican las previsiones, en las cuales se indica que en 2019 el aumento tan solo será del 2,50%, en comparación con 2018 donde la variación con el anterior año era del 3,00%. Para ser más exactos, las previsiones que ha establecido el Banco de España es que el PIB siga aumentando en los próximos años, pero un 0,20% menos en comparación con el correspondiente año anterior. (Banco de España 2019)

Este hecho afecta negativamente a la economía del país y por tanto al negocio emprendedor. Esta afirmación se debe a que el país decrece económicamente. Por lo tanto, el negocio de la serigrafía como el que se está tratando se verá afectado también.

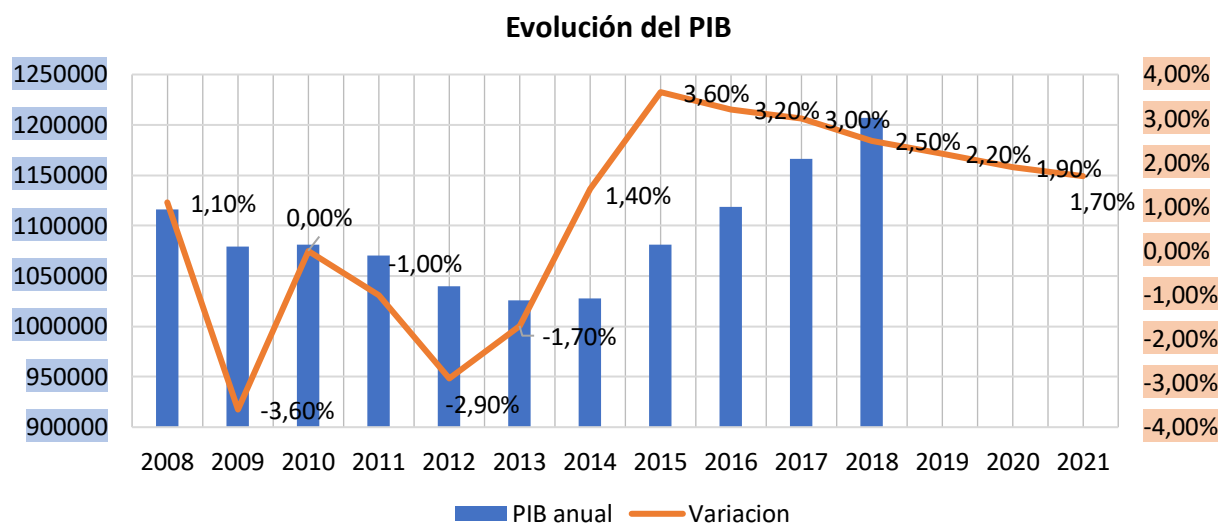


Ilustración 2. Evolución del PIB (Expansion 2018)

B) Tasa de desempleo

Para cualquier empresa, independientemente de su tamaño, la situación del mercado laboral es fundamental.

Tal y como se ha mencionado en el apartado anterior, en los últimos años la economía ha sufrido una importante crisis, de la cual uno de los sectores que se vio gravemente afectado, fue el mercado laboral, prueba de ello es la elevada tasa de desempleo. Como se puede observar en la *Ilustración 3.- Evolución del desempleo (RTVE, 2019)*, esta tasa de paro se ha ido reduciendo en los últimos años, no obstante, sigue siendo bastante elevada.

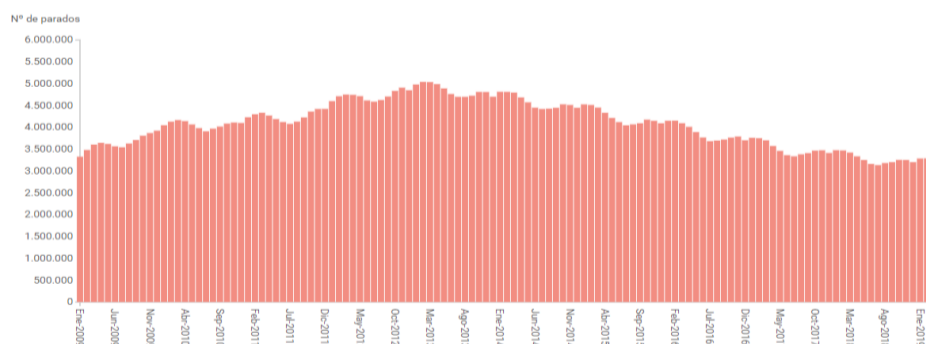


Ilustración 3. Evolución del desempleo (RTV 2019)

El hecho de que la tasa de desempleo se vaya reduciendo es un punto positivo para el producto que se va a ofrecer ya que no se trata de un bien de primera necesidad. Por lo tanto, cuanto más empleo haya más consumidores potenciales habrá para este producto. El hecho de que no sea un bien de primera necesidad tiene su explicación en que a pesar de que son productos de vestir, su personalización y diseño que indica la pertenencia a un grupo social lo hace un producto diferente.

C) Evolución del IPC

También habrá que tener en cuenta la evolución del IPC, ya que afectará a la hora de establecer los precios de este negocio.

Por lo que se puede observar en la ilustración 4 (Statista 2019), la evolución que ha seguido este índice es ascendente, hecho que afecta negativamente, ya que indica que es más caro poder adquirir los mismos productos que hace unos años. Este aumento en el IPC es necesario tenerlo en cuenta en las rentas de los consumidores y en los salarios que estos deben percibir, ya que en caso de que no se produzca un aumento en los mismos términos en los salarios, esto provocará un efecto negativo en el consumo. Lo que ocasionará productos más caros y rentas más bajas, y, por lo tanto, inaccesibilidad económica a ciertos productos.

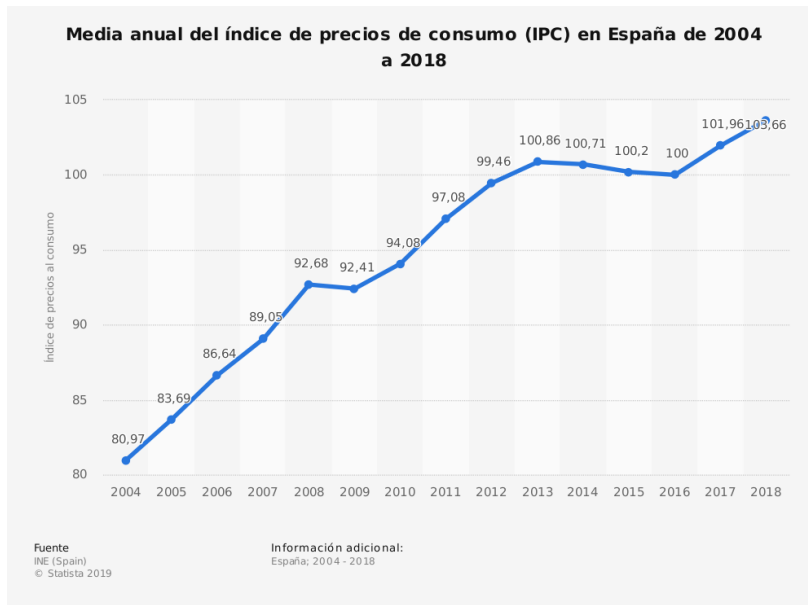


Ilustración 4. IPC 2004-2018

D) Tipo de interés

En cuanto a la evolución del tipo de interés a corto y largo plazo, ambos aumentan, afectando negativamente al emprendimiento por el encarecimiento de la financiación a la hora de solicitar financiación para el desarrollo del negocio. Además, hay que tener en cuenta que las previsiones del tipo de interés indican que este irá al alza. Esto supone en el caso de GRIPAOX un difícil acceso a financiación tanto a corto plazo como a largo plazo.

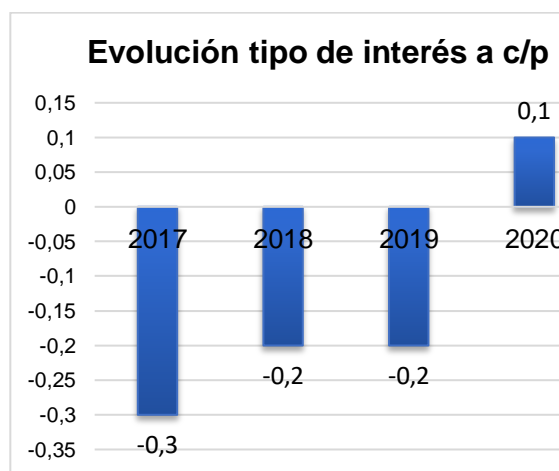


Ilustración 5. Evolución del tipo de interés a c/p

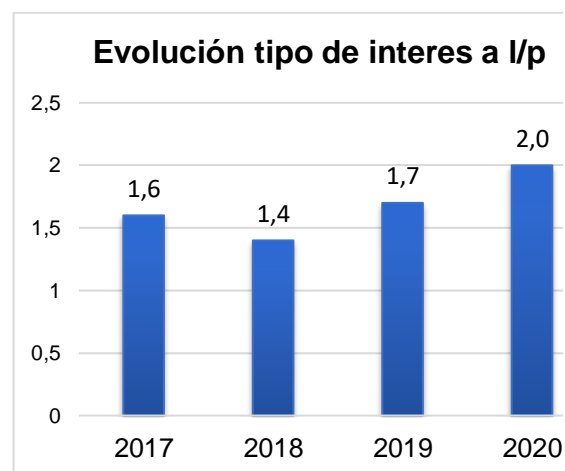


Ilustración 6. Evolución del tipo de interés a l/p

➤ 4.1.2 Factores Tecnológicos

La tecnología es actualmente un factor muy importante ya que influye en gran medida en la capacidad competitiva de las empresas. Según la economipedia (Roldán 2018), “para poder ser competitivo, tanto las empresas como los países deberán actualizarse continuamente en aquellas tecnologías que afecten a su capacidad para obtener bienes y servicios”.

De esta forma, las consecuencias de los cambios tecnológicos son, por ejemplo, la creación de nuevos productos o servicios o la consecución de aumentos en la productividad y reducciones en los costes productivos y de transporte.

La incorporación de internet en la economía ha permitido el comercio electrónico o *e-commerce*. Esto supone numerosas ventajas y facilidades para las empresas. El *e-commerce* en España ha crecido rápidamente y hoy en día sigue creciendo a gran velocidad. Tal y como se puede ver en el gráfico 7, la penetración del *e-commerce* en España en un 18% de la población total llegando así al 73% de la población total. Además, ha aumentado el gasto medio anual del usuario en más de 200 dólares, llegando así a los más de 870 dólares de media anual por usuario.



Ilustración 7. Penetración de e-commerce en España (Statista 2019)

En el sector del diseño, el ordenador ha supuesto un gran avance tecnológico ya que permite reducir el tiempo de trabajo y aumentar la calidad. Esto supone que se debe tener especial atención a los avances y cambios tecnológicos ya que pueden influir significativamente en nuestra actividad ofreciendo oportunidades.

Volviendo al comercio electrónico, los productos de esta empresa se comercializarán exclusivamente por internet.

Otro punto importante respecto a los avances tecnológicos es la posibilidad de vender a través de las redes sociales. Actualmente, las redes sociales han adquirido un alto grado de aceptación por parte de la sociedad. Estas son utilizadas a diario y cada vez por un mayor número de personas. Tienen tanta transcendencia actualmente que se han empezado a utilizar como medios de divulgación informativa y publicitaria. Por lo tanto, es una buena opción que desarrollar para dar a conocer a la empresa.

➤ 4.1.3 Factores Socio- Culturales

A) Evolución demográfica

Uno de los factores sociales que afectan sustancialmente a las ventas de las empresas, es la evolución demográfica, ya que cuanto más población haya, más ventas se podrán obtener.

Según los últimos datos publicados, la evolución demográfica española actual está teniendo unos rendimientos decrecientes, tal y como observa en la ilustración 8. Esto quiere decir que los crecimientos son cada vez menores, llegando en 2012 a tener un decrecimiento de la población. Esto hace que la población disminuya en un 10% quedando así en 41.5 millones de habitantes en España.

El decrecimiento de la población española indica un factor de riesgo para la empresa que se va a analizar, puesto que a menor población menores ventas.

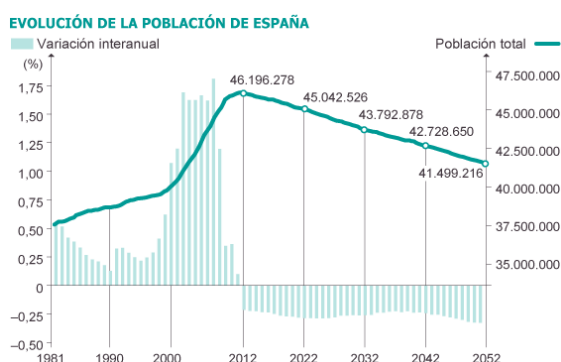


Ilustración 8. Evolución de la población de España (país 2012)

B) Distribución de la renta

En la ilustración 9, se puede observar que el 1% de la población con más prosperidad económica acapara el 25% de la riqueza del país, por lo tanto, aunque se produjese una mejoría a nivel macroeconómico no llegaría de forma equitativa a la población con rentas altas, medias o bajas. Además, el 10% de los niveles de renta más altos poseen más del 50% de la riqueza del país, lo cual refleja la desigualdad que existe en la distribución de las rentas en España. Esta distribución de la renta afecta negativamente puesto que cada vez aumenta la desigualdad en la distribución de la renta por lo que predominarán las clases altas y bajas por encima de la clase media. Esto supone un problema para GIPAOX puesto que está encaminado a un público de clase media principalmente.

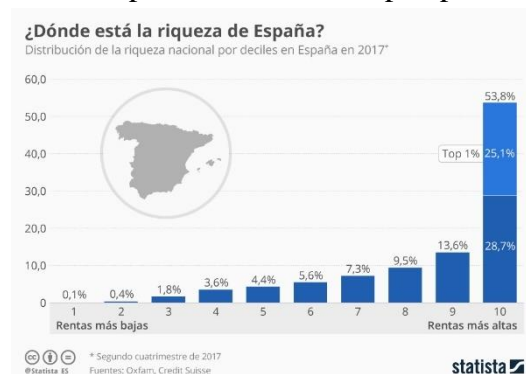


Ilustración 9. Distribución de la riqueza en España (Statista 2019)

➤ 4.1.4 Factores político-legales

Los factores político-legales son muy importantes a la hora de emprender un nuevo negocio. El hecho de que más del 90% de las empresas españolas sean PYMES hace que estas sean consideradas el principal motor del país y, por tanto, que el gobierno español tome medidas a favor de la creación de estas.

Es por ello, por lo que se ha aplicado en 2017 la Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización (La Información 2017). Las principales medidas que se han tomado a la aplicación de esta ley son:

- La incorporación de la cultura del emprendimiento desde la etapa de primaria en los colegios.
- La posibilidad para los alumnos universitarios de crear miniempresas con un periodo de vida equivalente al curso escolar, pudiéndose extender a los 2 años.
- Disminución de la tasa para los nuevos emprendedores autónomos en un 80% en los primeros seis meses de actividad y en un 30% los seis meses siguientes.
- La opción de crear una forma de proteger el patrimonio personal de los emprendedores mediante la figura de Emprendedor de Responsabilidad limitada.
- La desaparición de la obligación de la aportación mínima de 3000€ para crear una nueva sociedad.

También existe la posibilidad de agilizar la creación de las empresas mediante modelos simplificados y, además, existe la garantía de una segunda oportunidad. Esta garantía consiste en la agilización de la liquidación de los proyectos fallidos y se les ofrece mayor protección.

Otra medida es la ayuda en I+D a empresas en pérdidas o con pocos beneficios mediante la compensación de estas cantidades a través de deducciones de Hacienda Pública. También, cabe destacar la disminución de las cargas administrativas y las facilidades para optar a contratos públicos a través de la facilitación del contacto entre emprendedores para la posterior unión entre empresas que concurran en concursos públicos.

Por último, también se ofrecen ayudas a la internacionalización mediante el fácil acceso a planes de instituciones internacionales y la atracción de inversiones y talento a España a través de la facilitación de los permisos de residencia.

4.2 ANÁLISIS DE MERCADO

Nuestra industria está clasificada por el código CNAE 1812.- Otras actividades de impresión y artes gráficas. El análisis del mercado se va a llevar a cabo mediante el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, por el que se analiza y clasifica los factores que afectan a un sector determinado.

Esta es una herramienta muy útil para analizar el mercado con el fin de definir una estrategia adecuada para poder afrontarlo.

El sector por analizar es el textil y el de la serigrafía.

Actualmente podemos encontrar un gran movimiento en serigrafía ya que todas las marcas utilizan esta técnica en mayor o menor medida. Por poner un ejemplo de su uso a diferentes niveles de precios se expone un ejemplo en serigrafía de las marcas Zara, Lacoste y Tommy Hilfiger:



Ilustración 12. Camiseta Lacoste



Ilustración 11. Camiseta T.H



Ilustración 10. Camiseta ZARA

A) Poder de negociación de los proveedores

La capacidad de negociación de los proveedores depende de las características del mercado como por ejemplo el número de proveedores, su importancia dentro de la cadena de valor de la empresa o su concentración.

Teniendo en cuenta el ámbito que estamos analizando (sector textil y moda), el número de proveedores es muy amplio y no se encuentra gran diferencia entre ellos.

En el caso de Gripaox E.R.L, los proveedores son los encargados de proporcionar la base del negocio, el textil. Una vez es proporcionado, la empresa se encarga de serigrafiar el producto y dirigirlo a la venta al público.

Podemos considerar por lo tanto que el poder negociador de los proveedores para el caso de Gripaox E.R.L es bajo, aunque, si los proveedores fallan, se para toda la cadena. Para evitar esto, se creará una base de proveedores con acuerdos que resulten satisfactorios para ambas partes.

B) Amenaza de productos sustitutivos

En el caso de Gripaox E.R.L podemos considerar producto sustitutivo a cualquier prenda de ropa que cubra el torso. Observándose competidores más directos como pueden ser “Hidalgo riders” o “Motarzs” y competidores más indirectos como pueden ser “Zara” o “Bershka”.

No obstante, este documento se va a centrar en los competidores más cercanos. Estos son las empresas que ofrecen un producto textil actual, personalizable dentro de unos márgenes y con un ciclo de vida corto. Aun con todo esto, Gripaox E.R.L se diferencia en la parte en que los diseños son exclusivos de esta marca, los clientes disponen de una gran variedad donde elegir y de una atención totalmente personalizada y por supuesto un cierto grado de personalización dentro de los productos de la marca.

Como resumen, existe un amplio abanico de posibilidades a la hora de comprar y se puede deducir que la amenaza de sustitución en esta empresa es alta.

C) Poder de negociación con los compradores

Cuando los consumidores están muy concentrados, están asociados en grandes grupos o compran grandes cantidades se puede decir que tienen poder de negociación. En este caso, se puede decir que no se cumplen ninguna de las afirmaciones anteriores, ya que no se

suelen asociar en grandes grupos, realizan compras de manera individual y no suelen tener un peso significativo en comparación con la producción total de una empresa.

Los consumidores tienen un coste mínimo por cambio de proveedor. Muchos de los consumidores compran por precio. Además, existe una tendencia poco fiel en el sector textil.

Con todo esto, se deduce que el poder de negociación de los compradores en este sector es bastante alto.

D) Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores está ligada a la existencia o no de barreras de entrada. Estas barreras de entrada pueden ser patentes, economías de escala, requisitos importantes de capital, costes de transferencias, acceso a la distribución, políticas gubernamentales...

En el sector textil y de serigrafía, existen la mayoría de ellas, pero son bastante débiles. Obviamente, las grandes empresas textiles se benefician de economías de escala, contratos atractivos con proveedores, confianza de los consumidores y de la curva de experiencia que les da el *Know-how*... Aun así, las empresas nuevas también cuentan con ciertas ventajas como pueden ser la mayor rapidez en la adaptación a los cambios, cercanía al cliente, estructura sencilla que ayuda a la eficiencia...

Además, con la aparición y generalización de Internet, la barrera de entrada de requisitos de capital es cada vez menor ya que esta plataforma permite crear una empresa con bajos costes al no necesitar en emplazamiento físico.

Podemos decir entonces que las principales barreras de entrada son la necesidad de capital (aunque no muy elevado), las economías de escalas que utilizan grandes empresas, el desconocimiento del sector en un primer momento, desconfianza de los usuarios hacia el producto o forma de adquirirlo...

Por tanto, la amenaza de entrada de nuevos competidores es fuerte y muy significativa. Puesto que las barreras de entrada son pocas.

E) Competidores existentes

Como ya se ha mencionado anteriormente, este sector es muy grande y, por lo tanto, encontramos numerosos competidores.

Toda empresa que oferte prendas de vestir, tanto camisetas como sudaderas, con características similares a las de Gripaox E.R.L se considerarán competidores.

Las grandes empresas plenamente conocida como “Inditex” pueden llegar a ser fuertes competidores. Esto se debe a su buena imagen de marca, años de experiencia, confianza de los clientes, avanzada curva de aprendizaje... Además, no solo se encuentran en la mayoría de las localidades, sino que también se puede llegar a ellas a través de Internet.

Además, a través de Internet, también se puede acceder a comercios que no están presentes en la localidad del comprador. Los más famosos en el territorio nacional son “La tostadora” y “Fruit of the Loom”. Actualmente “La tostadora” es uno de los principales comercializadores de productos únicamente serigrafiados en España con más de 1 millón de clientes.

Por último, también se consideran competidores los pequeños comercios locales que se dediquen a ofertar productos similares a los ofertados por Gripaox E.R.L.

Podemos destacar como los competidores más directos a “Xaifu”, “Exclusive riders”, “Motarzs”, “Mo+o” y “dk7custom”

En este sector, compite un gran número de empresas por ofrecer la máxima calidad al menor precio. Por lo tanto, podemos concluir que la rivalidad interna del sector es alta.

5. VIABILIDAD COMERCIAL

5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

En este punto se va a analizar el punto donde GRIPAOX pretende conseguir la ventaja competitiva. El diseño es para este producto una parte esencial. Este plan de negocio consiste en crear una línea de ropa, ya sean camisetas o sudaderas, con diseños del mundo del motor y con un cierto toque de personalización.

El producto básico (camisetas o sudaderas) será adquirido al fabricante totalmente liso. Es decir, sin dibujo ni etiquetado. El diseño de las sudaderas va a estar influenciado por el mundo de más motos y, más concretamente por el estilo *Racing* y *Cafe Racer*. El consumidor al que se pretende llegar son por un lado gente joven y adulta amantes de las motos y, por otro lado, se pretende llegar a la cultura rocker, vintage y gente que busque un diseño atractivo y atemporal. El estilo *Cafe Racer* se basa en la personalización de motos antiguas, producto de la cultura rocker, para mejorar sus prestaciones y capacidades (Wikipedia s.f.). Por otro lado, y actuando como antagonista, encontramos el estilo *Racing* o “R”. Las motos “R” son las equivalentes para calle de las conocidas motos de MotoGP que llevan los pilotos famosos como Marc Márquez, Valentino Rossi o el recién retirado Jorge Lorenzo.

Dentro de estos estilos vamos a otorgar una esencia vintage a la gama *Cafe Racer* y una toque deportivo y agresivo a la gama *Racing*. Por este motivo, y siguiendo estas pautas, se han desarrollado unos primeros bocetos de cada una de las dos gamas iniciales.

En el estilo *Cafe Racer* se han elegido los colores blanco y gris tanto para camisetas como sudaderas. Esto se debe a que este estilo de ropa suele ir acompañado de una chaqueta de cuero motera marrón o negra, por lo que seleccionando estos colores se perfecciona este estilo a seguir. Además de esto, atendiendo a la serigrafía o sublimación, los diseños estarán basados en un estilo “Pin Up” (wikipedia 2019) y con la clásica bandera de cuadros.



Ilustración 14. Modelo Cafe Racer 1

Ilustración 13. Modelo Cafe Racer 2

En el estilo *Racing* se ha elegido una mayor gama de colores incluyendo colores como el amarillo, rojo, azul, blanco, negro, verde y naranja. Esto se debe a que cada color va asociado a una marca de moto. Este código tiene origen en las carreras que se realizaban antiguamente donde se asociaba a cada marca de moto con un color y se ha mantenido hasta el día de hoy. Es común asociar a Kawasaki con el color verde, Yamaha con el color azul, Honda con el color rojo, Suzuki con el color amarillo, KTM con el color naranja...

El estilo se basa en colores vistosos y que destaquen. Además, los diseños estarán basados en estilos más agresivos con una clara esencia de velocidad y competición.

En lo que respecta al estilo de la tela y tallaje, las sudaderas carecerán de cordones que



Ilustración 15. Modelo Racing R1



Ilustración 16. Modelo Racing ERN6

ajusten la capucha. Esto se debe a la incomodidad del choque de los cordones en el casco a cierta velocidad. Además, todos los productos serán de algodón para una mayor comodidad. Las sudaderas tendrán refuerzo en los puños debido al mayor desgaste por el contacto del cierre de los guantes.

5.2 PROMOCION

Los clientes tendrán un primer contacto con la marca por tres vías diferentes. La principal de estas vías será a través de las redes sociales. Las redes sociales van a actuar de muro para que los usuarios que compren los productos puedan colgar sus fotos con ellos y que otros posibles clientes las vean. Otra vía de captación de clientes y promoción es la producida por los propios clientes (boca a boca) al llevar los productos GRIPAOX en concentraciones y conglomeraciones moteras. Esto se verá favorecido por el primer punto, ya que se ofrecerá colgar la foto en el perfil oficial de GRIPAOX y números sorteos que coincidirán con las fechas de los grandes premios de MotoGP y eventos importantes relacionados con el mundo de las motos.

Por último, otra de las vías para promocionar esta marca es la página web de la misma. Donde se colgarán las mejores fotos de los usuarios, información referente a las clasificaciones de las carreras más importantes y toda la información referente a precios, tallas, materiales y disponibilidad de todos los productos ofertados.

5.3 DISTRIBUCION

La distribución de los productos se hará básicamente por internet. Todas las ventas se harán desde la página web de la marca. La distribución se hará a través de paquetería nacional. Los envíos se prepararán día a día y se enviarán al siguiente. A esto habrá que

sumarle el margen de paquetería exprés de correos que es de 24 a 48 horas. De esta manera, en territorio nacional se enviará a través de Correos.

En cuanto a las redes sociales y a la página web, será gestionada por el fundador de la empresa (David Alcaina), de este modo se consigue obtener un importante ahorro en costes de personal, ya que no será necesario contratar más empleados de los necesarios.

Todo lo referente a devoluciones, errores o correcciones se deberá resolver mediante la página web contactando directamente con la marca o mediante un número de teléfono que se pondrá a disposición de los clientes para estos motivos. Este número de teléfono será atendido únicamente mediante la aplicación móvil de WhatsApp.

5.4 PRECIO

La determinación del precio es un factor relevante para tener en cuenta, debido a que con la fijación de este se podrán estimar los futuros ingresos y posibles beneficios y pérdidas.

Para ello, se debe llevar a cabo una estimación de los costes. En primer lugar, encontramos los costes directamente relacionados con la elaboración de cada una de las prendas. Hay que destacar que la estimación de costes se ha realizado calculándola sobre una compra de gran al proveedor (pedidos de 600 sudaderas y 1.200 camisetas) que en este caso será HKTDC (HKTDC s.f.) puesto que actúa también como vendedor para determinados productos.

- Camiseta/sudadera base: Camiseta de algodón básica 1.5€ y sudadera de algodón básica 5.5€.
- Material de serigrafía por unidad: 0.25€
- Coste impresión y plancha: 0.45€
- Coste de envío nacional: 4€

Como se ha detallado anteriormente, estos precios se justifican comprando grandes volúmenes de producto aprovechando las economías de escala. Como consecuencia se obtiene un coste en materiales desde 6.2€ por una camiseta hasta 10.2€ por una sudadera.

Además, también se debe tener en cuenta para la determinación del precio a los posibles competidores. En este caso, podemos considerar como competidor directo a mo+o y a ExclusiveRiders ya que crean un producto similar, en una misma zona geográfica y destinado a un mismo público objetivo. Dentro de estas marcas, el precio de la camiseta oscila entre los 15 y los 25 euros y el precio de la sudadera oscila entre los 45 y 65 euros. Gripaox al ser una empresa nueva en el mercado, ofrecerá unos precios inferiores para conseguir adentrarse en el mercado.

Por otro lado, también se tendrán que estimar los costes indirectos derivados de la producción. Estos consistirán en el alquiler del local, seguros, salarios, promociones, suministros...

A) PREVISIÓN DE VENTAS

Al ser la empresa de nueva creación no se puede basar en ejercicios anteriores o tendencias de la empresa. Para llevar a cabo esta previsión de ventas se ha llevado a cabo una estimación por estaciones del año.

Se considera que, en invierno, la estación más fría del año, se venderán 250 sudaderas y 300 camisetas el primer año. Esto se debe a que la gente se ve más inclinada a comprar sudaderas debido al clima, pero aun con todo, las camisetas siguen siendo el producto

estrella. Se han considerado como meses invernales a enero, febrero, noviembre y diciembre.

En otoño, se consideran unas ventas de 200 sudaderas y 350 camisetas. Esto se debe a que es una estación de entretiempo, por lo que se pueden utilizar en muchas ocasiones indistintamente una camiseta o una sudadera. Se ha considerado como estación otoñal a los meses de septiembre y octubre.

En primavera, se estiman unas ventas de 175 sudaderas y 400 camisetas. Esta estación es la primera del año donde suben las temperaturas y, por lo tanto, suben las ventas del producto estrella, las camisetas. En detrimento a esto, disminuyen las ventas de sudaderas. Se considera estación primaveral a los meses de marzo, abril y mayo.

Por último, el verano es la época más calurosa del año en la cual se puede utilizar una camiseta de día y una sudadera de noche. No obstante, las ventas de sudaderas descienden a 150 y las ventas de camisetas ascienden a 450. Se ha estimado que los meses de verano serán junio, Julio y agosto.

Por último, cada año las ventas aumentarán un 2% con respecto al año anterior. Este aumento se debe al aumento del conocimiento de la marca por parte de la población, a las compras por repetición y al aumento de capacidad productiva que irá teniendo la empresa.

B) TASAS

Se deberá abonar al ayuntamiento una tasa por la recogida de basuras. Se desembolsará la cantidad de 130,16€ de forma anual.

C) PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

En lo referente al gasto de publicidad, se deberá de tener en cuenta que el gasto que supone la contratación de la creación y mantenimiento de la página web de la empresa. La contratación de este servicio con la empresa IONOS supone un gasto de 0.83€/mes.

Se va a desarrollar una campaña durante el primer año en Facebook (Merodio s.f.) que ascenderá a 640€ trimestrales que se repartirán entre la búsqueda de potenciales clientes (320€), remarketing (80€) y audiencia similar (240€). El remarketing consiste en hacer llegar publicidad a personas que ya han visitado la página web de la empresa.

Además, se promocionarán eventos relacionados con el mundo de la moto. Ya sean carreras locales, rutas moteras famosas como *Pingüinos* en Valladolid o publicidad en diversos talleres. Para esto se crea un fondo mensual de 1.200€ del que se repartirá conforme se vea en cada momento.

D) ALQUILERES

Al inicio de cada mes se deberá abonar la cuota correspondiente al alquiler del local situado en la calle San Antonio Abad número 44¹, que corresponde a 300€/mes.

E) FIANZA

El primer mes en el que se realiza el alquiler del local, se deberá pagar una fianza correspondiente a dos meses del alquiler, siendo la cantidad a pagar como concepto de fianza de 600€.

F) SUMINISTROS

Con la ayuda de un simulador y teniendo en cuenta las características que presenta el local, se ha podido conocer que el consumo anual de electricidad es de 13773kWh con

¹ <https://www.idealista.com/inmueble/87818841/>

una potencia estimada de 5,75kW. Por lo tanto, se contratan estos servicios con la empresa Endesa con el pack One Luz, ya que es la que ofrece las mejores condiciones, con un precio anual de 2.421,03€.

Para el consumo de agua se ha elegido una tarifa de consumo por bloques, teniendo un consumo estimado de 57 € cada dos meses.

G) SUMINISTRO DE TELÉFONO Y FIBRA

Para esta actividad se ha realizado la contratación de un servicio completo de Fibra y teléfono, cuyo precio mensual asciende a 48.40€/mes.

H) PRIMAS DE SEGURO

Para este comercio se han contratado el seguro de multirriesgo además del seguro por accidentes, lo cual el pago total asciende a 1.100 € anuales.

I) OTROS PAGOS

En este apartado se concentrará la compra de material para la limpieza del local y para el abastecimiento de todo lo necesario para la instalación, lo cual se prevé un fondo de 100€ mensuales.

Como conclusión, Gripaox venderá las camisetas con un precio aproximado de 17,99 € y las sudaderas con un precio aproximado de 59,19 €. Estos precios están calculados en base a costes y a la proporción de coste para la empresa de cada uno de los dos productos más un 25% de beneficio.

Teniendo en cuenta además el número de socios y el trabajo realizado en promoción se podrían fabricar 400 camisetas y 200 sudaderas al mes, aumentando estas cifras un 2% anual.

6. VIABILIDAD TECNICA

6.1 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO

La serigrafía textil es una técnica muy antigua que, aunque hoy en día esta asistida por maquinas no deja de ser un proceso artesanal. Los profesionales encargados de los diseños los deben retocar para adecuarlos y crear los fotolitos y las pantallas. Además, deben de realizar los colores a mano mediante un proceso de mezcla de tonalidades de color.

Dentro del proceso productivo se va a llevar la misma técnica y proceder para los distintos tipos de productos. En este proceso productivo encontramos tres elementos principales.

El primer paso del proceso de serigrafía textil a seguir será la realización de los fotolitos. Se separan los diseños por colores y a partir de cada uno de ellos se imprime un fotolito con tinta negra opaca sobre un acetato transparente con un plotter especial de alta definición. De esta forma se tendrá la base para crear las pantallas de cada color. Este delicado proceso requiere de alta experiencia y cualificación para que se obtenga un resultado aceptable en las pantallas. Si un fotolito no tiene la suficiente calidad podemos llevar a cabo una estampación de baja calidad que



Ilustración 17. Impresora de fotolito

comprometa el trabajo y la reputación de la empresa. Es necesario que la tinta del fotolito sea totalmente opaca para que no deje pasar la luz cuando comience el proceso de insolación. El nivel de definición y la calidad marcará la calidad de las pantallas y por lo tanto la calidad de la estampación.

Siguiendo con el proceso productivo se llega a la parte más complicada, la insolación de las pantallas. Se cubre la pantalla con una emulsión fotosensible sobre una malla. Al ser sensible a la luz se tiene que trabajar únicamente con la famosa luz roja de los estudios de desvelado de fotos. Se debe cuadrar el fotolito y la pantalla y a través de una insoladora se aplica una fuente de luz muy potente. Cuando la emulsión fotosensible se pone en contacto con la luz se solidifica, quedando toda la malla solidificada menos la parte opaca del fotolito. Por último, se retira la parte del diseño con agua y se obtiene la pantalla del diseño. En serigrafía casera o poco profesional se suelen utilizar pantallas de madera, pero en Gripaox se van a utilizar pantallas metálicas, mucho más resistentes y duraderas ya que se pueden reciclar con una máquina especial.



Ilustración 18. Creación de la pantalla

Para la realización de prendas en serigrafía se deben utilizar tintas de alta calidad y respetuosas con el medioambiente. Estas tintas son plastisoles sin ftalatos, una sustancia muy nociva que solía utilizarse años atrás en serigrafía y que se sigue usando, pero en menor medida debido al problema de la contaminación.



Ilustración 19. Pulpo con camiseta serigrafiada

Una vez creadas las pantallas con el diseño se deben colocar cuidadosamente en un pulpo de serigrafía. Se enfundan las prensas en cada uno de los tentáculos y se ponen las tintas. Para que se adhieran mejor se debe echar un aerosol para que las camisetas no se muevan del pulpo y evitar así una estampación corrida, torcida o movida.

Para cerrar el proceso, las camisetas tienen que pasar por un túnel de secado. El túnel tiene que estar a una temperatura concreta para que las tintas se fijen correctamente. Esto se debe hacer para que las camisetas sean más resistentes al paso del tiempo y no se borren con los lavados o el continuo desgaste.

Ya con el producto acabado se embolsa y se empaqueta con el logo de la empresa y se envía al cliente mediante paquetería.

6.2 PERSONAL NECESARIO

Para llevar a cabo el proceso productivo anteriormente descrito es necesario contratar a técnico de serigrafía con un salario de 15.354,47 € anuales (grupo 15 artes gráficas), un diseñador gráfico para la creación de los diseños con un salario de 22.831,46 € anuales (grupo 5 artes gráficas), un técnico que controle la impresión de fotolito con un salario de 18.558,90 € anuales (grupo 10 artes gráficas), un jefe de taller con un salario de 24.255,62 € anuales (grupo 4 artes gráficas) y un responsable comercial con un salario de 17.494,32

€ anuales. A esto se le debe sumar el trabajo de David Alcaina, que obrará como contable y administrativo para la empresa con un salario de 16.849,73 € anuales (Primera Administración y gestión de Empresa). Estos salarios han sido sacados de las tablas salariales de 2018 y 2019 que se pueden consultar en el anexo de este trabajo. Estos salarios anuales constan del salario base, paga de verano y navidad, paga de beneficios y un complemento lineal.

Los trabajadores tendrán un contrato de 40 horas semanales y se respetará el calendario laboral librando puentes y festivos.

El técnico de serigrafía deberá tener experiencia demostrable en el sector aplicando estas técnicas a productos idénticos a los que ofrece esta empresa, además de tener destreza en la impresión de fotolitos y en el diseño gráfico para apoyar a los demás trabajadores si se ven superados por el volumen de trabajo. Sus tareas serán las de creación de pantallas, impresión de estas en el producto y secado final. El diseñador gráfico deberá tener capacidad de edición y retoque de imagen, cierta habilidad con los diferentes programas de diseño gráfico utilizados para esta labor y la creatividad e imaginación necesaria para aportar nuevas ideas relacionadas con diseños y especificaciones. Sus tareas serán las de aplicar los diseños seleccionados al producto e incluso aplicar la personalización requerida por el cliente al producto a vender. El técnico especializado en la impresión con fotolitos deberá tener amplia experiencia y destreza con las máquinas a utilizar y un mínimo de experiencia en serigrafía y diseño gráfico para poder ayudar o aportar ideas a cualquiera de los dos puestos con los que colabora. Su trabajo consistirá en aplicar los diseños creados por el diseñador gráfico y crear la pantalla para que el técnico de serigrafía pueda seguir con el proceso productivo.

6.3 FABRICACION PROPIA O SUBCONTRATACION

El proceso productivo por completo se llevará a cabo en las instalaciones alquiladas por la empresa Gripaox, ya que dispone de salida de humos y la ventilación necesaria para este tipo de trabajos.

Por otro lado, la empresa comprará las sudaderas y camisetas sin diseño al fabricante que nos facilitará HKTD Co LTD e iniciará el proceso productivo a partir de ahí. Esto se debe a que la empresa no tiene capacidad de crear este input y le sale mucho más asequible comprar el producto ya hecho en grandes volúmenes y aprovechar así las economías de escala de otras empresas.

6.4 UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Para el desarrollo de la actividad productiva y almacenamiento se ha decidido alquilar un local donde albergar toda la maquinaria, producir y almacenar.

El local está situado en la calle San Antonio Abad nº 44, en Zaragoza. Se ha elegido este local debido a sus 87 metros cuadrados, suficiente para la colocación de la maquinaria y la adaptación de una sala oscura para la insolación.



El local está dividido en tres instalaciones. La mayor de ellas se utilizará para la creación de los fotolitos, desarrollo de diseños, ordenadores, pulpo de estampación y secado. Una de las pequeñas se utilizará para crear una sala oscura para el proceso de insolación y la más pequeña se utilizará de almacén hasta su venta mediante la página web.

Este local está situado a pie de calle en una zona tranquila con numerosas empresas de pequeños oficios. La elección de esta localización sin escaparate ni situación de afluencia de gente se debe a que va a ser únicamente un lugar de almacenamiento y producción, no de exposición.

También se deberá tener en cuenta la normativa ambiental. En este caso, únicamente se necesitaría una licencia de apertura según la Ley 11/14 de Prevención y Protección Ambiental mediante la cual se demostrará que el local reúne las condiciones de seguridad, salubridad y tranquilidad requeridas² y una licencia de apertura para actividad inocua³.

6.5 INSTALACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPOS NECESARIOS

Como ya se ha mencionado anteriormente, la producción de elementos serigrafiados se lleva a cabo en el taller de la calle San Antonio Abad por parte de Gripaox y la producción del textil la lleva a cabo el proveedor. A continuación, se exponen las herramientas y maquinas necesarias para el desarrollo de la actividad productiva elegida en el taller según Xaifu (xaifu s.f.) que es uno de nuestros competidores.

Herramienta/Maquinaria	Coste	Características
	2.150€ ⁴	impresora Epson Sc-T3200 de 5 colores + RIP neoStampa 8 Basic, resulta ideal para la impresión de fotolitos de alta calidad
	25.41€ ⁵ x 4 Uds.: 101.64€	Pantalla de Serigrafía, reforzada, metálica, en 50 x 60, de 90 hilos

² http://www.zaragoza.es/ciudad/urbanismo/oficina/detalle_Tramite?id=99

³ <http://www.pienginyeria.com/project/licencia-de-apertura-para-actividad-inocua/>

⁴ <https://www.delex.es/impresion-de-fotolitos-para-serigrafia/impresora-fotolitos-para-serigrafia.html>


⁵ <https://www.escuelagrafica.es/es/Product/Pantalla-de-Serigrafia-Metalica-Entelada-50-x-60-en-90-Hilos->

	1623€ ⁶	Insoladora secadora de pantallas de serigrafía.
	4390€ ⁷	Túnel de secado por infrarrojos para serigrafía.
	714.5€ ⁸	Pulpo de serigrafía con 4 brazos para emulsión.

⁶ <https://www.ebay.es/itm/Insoladora-secadora-de-pantallas-serigrafia-Grupo-K-2-/113747399234?var=>

⁷ https://www.ebay.es/i/293188934145?chn=ps&norover=1&mkevt=1&mkrid=1185-146825-5486-0&mkcid=2&itemid=293188934145&targetid=489283468020&device=c&mktype=pla&googleloc=1005548&poi=&campaignid=1670809419&mkgroupid=66166821833&rlsarget=pla-489283468020&abcId=1139526&merchantid=116637103&gclid=CjwKCAiA8ejuBRAaEiwAn-iJ3ivn2jrj_BcmUU7wl6V0Jtyun6q4KR3c-yPjMmXR_chOzIHxEPEjhoCqaUQAvD_BwE

⁸ https://www.ebay.es/i/113979389679?chn=ps&norover=1&mkevt=1&mkrid=1185-146825-5486-0&mkcid=2&itemid=113979389679&targetid=489283466380&device=c&mktype=pla&googleloc=1005548&poi=&campaignid=1670809419&mkgroupid=66166821833&rlsarget=pla-489283466380&abcId=1139526&merchantid=116431150&gclid=CjwKCAiA8ejuBRAaEiwAn-iJ3tFmJ7axgqOLfBFRacyp8MQ_yulvV2flzmMR6IKIFjX950oWZP1ArRoCqm4QAvD_BwE

 <p>iMac de 27 pulgadas</p>	2.599€ ⁹	iMac con pantalla de retina 5K de 27 pulgadas con preparación de diseño gráfico.
--	---------------------	--

Todos estos materiales y maquinaria comprada al inicio de la actividad supondrán una inversión de 11.578,14€.

Además, se deberán comprar otros utensilios de menor coste como pañuelos para limpiar, fregona, cubo... Todos estos materiales se comprarán en cualquier pequeño bazar aledaño debido a que no supone una inversión elevada.

Habría que sumarle 100€ en concepto de los utensilios mencionados anteriormente, ascendiendo así a 11.678,14€.

Al margen de las herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso productivo, se deberá adquirir el siguiente mobiliario:

- Mesas de trabajo: 91,42€¹⁰ x 2uds: 182,84€
- Silla de oficina: 59,99€¹¹ x 2uds: 119.98€
- Foco luz roja: 40,27€¹²

La cifra total del mobiliario necesario para el desarrollo de la actividad asciende a 343,09€. Esta cantidad se desembolsará en efectivo en el momento de la adquisición.

Para hacer frente a este gran desembolso inicial y obtener un *cash flow* aceptable se pedirá un préstamo de 6.000 € con un interés nominal del 7,95% mensual durante 2 años. Todo esto se plasma en el Excel adjunto con el máximo detalle posible.

⁹ [ces/shop/buy-mac/imac/27-pulgadas-procesador-de-seis-n%C3%BAcleos-a-3,7-ghz-con-turbo-boost-de-hasta-4,6-ghz-2tb?afid=p238%7CskV98rm2v-dc_mtid_187079nc38483_pcrd_95121011584_pgrid_33212228224_&cid=aos-es-kwgo-pla-btb--slid---product-MRR12Y/A-ES](https://ces.shop/buy-mac/imac/27-pulgadas-procesador-de-seis-n%C3%BAcleos-a-3,7-ghz-con-turbo-boost-de-hasta-4,6-ghz-2tb?afid=p238%7CskV98rm2v-dc_mtid_187079nc38483_pcrd_95121011584_pgrid_33212228224_&cid=aos-es-kwgo-pla-btb--slid---product-MRR12Y/A-ES)

¹⁰ https://www.ractem.es/equipamiento/106-mesa-de-trabajo-con-reposapias-azul-y-gris.html?gclid=CjwKCAiA8ejuBRAAEiwAn-iJ3nc_OwD-rTglf5eNpyyIeeVwPLoeyypm_XsxN4iT4TNe-VUwXBtevRoCmlwQAvD_BwE

¹¹ https://www.topmueble.com/sillones-de-oficina/423-1228-sillon-de-oficina-college-8435487700785.html?gclid=CjwKCAiA8ejuBRAAEiwAn-iJ3iOsaKc78-CYIL2ndxuZFQ-zP4GsYOuhew_ePLJx7_5mzy0Noog8oBoCYUUQAvD_BwE

¹² https://www.amazon.es/Kaiser-Fototechnik-4018-seguridad-cuarto/dp/B000L9MWCO/ref=asc_df_B000L9MWCO/?tag=googshopes-21&linkCode=df0&hvadid=62332281075&hvpos=1o3&hvnetw=g&hvrand=11864293531105086511&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1005548&hvtargid=pla-165505455435&psc=1

6.6 MATERIAS PRIMAS EMPLEADAS

Una vez explicado el proceso productivo y las instalaciones donde se va a realizar el proyecto se va a explicar las diferentes materias primas utilizadas durante el proceso productivo, así como su coste, ciclo y durabilidad.

Una de las primeras materias primas que se van a utilizar en este proceso es la emulsión de Diazo. Esta emulsión fotosensible de baja viscosidad es necesaria para crear las pantallas serigráficas a base de agua. La emulsión está compuesta de dos botes. Uno de ellos es la emulsión en sí y el otro es el diazo sensibilizador. Para la realización de la previsión para un mes necesitaremos aproximadamente 6 kilos de este material que tendrá un precio total de 93€ (Tudiras 2019). Todo el proceso de mezcla y aplicación deberá realizarse en un cuarto oscuro iluminado únicamente con un foco de luz roja. Al ser un líquido fotosensible no le puede dar la luz en ningún momento hasta que se insole completamente la pantalla.

Después de utilizar esta emulsión de diazo necesitaremos un recuperador, que actúa como borrador. Este recuperador sirve para eliminar toda la emulsión de la pantalla dejando la tela completamente limpia. Adquirido al mismo proveedor que la emulsión, tendrá un coste de 109,8€ por 3 litros.

También se deberá disponer de varias racletas, que van incluidas en el fondo de utensilios, para arrastrar la tinta sobre el bastidor repartiéndola uniformemente a la hora de estampar. Estas tintas son a base de agua y con colores muy vivos. Se pueden mezclar entre ellas para crear otra tonalidad de color. Estas tintas se secan a la intemperie, polimerizan al aire, aunque para su perfecta curación hay que someterlas a una temperatura de 160°-180° con una plancha térmica incluida en el pulpo de serigrafar. Las tintas tienen, en el mismo proveedor, un precio medio por kilo de 10,40€. Teniendo en cuenta que se necesitara una amplia gama de colores, se han de adquirir los 20 de los 24 colores que ofrece. Esto hace un total de 208€ cada dos meses en pintura.

A esto le deberemos añadir a la prenda un pegamento textil al agua para fijar la prenda a la estación o pulpo y no dañar la prenda. Este pegamento líquido a base de agua se limpia fácilmente sin necesidad de otros productos químicos. Este pegamento adquirido al mismo proveedor sale por 4,09€ y se necesitaran unos 12 botes por mes. Esto hace un total de 49,08€

Por último, se debe tener en cuenta la materia prima más importante, las prendas vírgenes. Como ya se ha comentado, las camisetas serán adquiridas por 1,5€ y las sudaderas por 5,5€ al proveedor HKTDC Co LTD.

Las materias primas se repondrán cada mes por pedido y se deberá tener un stock suficiente para realizar 200 sudaderas al mes y 400 camisetas.

6.7 COSTES FIJOS Y VARIABLES

En lo referente a los costes, se va a llevar a cabo su división entre costes fijos y costes variables.

Los costes fijos de esta empresa se van a encontrar divididos en 3 bloques o partidas. La primera de ellas es el alquiler del local en Zaragoza, que asciende a 300€ mensuales. Por otro lado, hay que tener en cuenta el gasto en salarios del técnico de serigrafía, del diseñador gráfico, del técnico especializado en impresión con fotolitos, jefe de taller, responsable comercial y del administrativo/contable que en total asciende a 115.344,48 € anuales, o lo que es lo mismo, a 9.612,04 € mensuales. Por último, se debe registrar también una partida que engloba suministros como los de la luz, el teléfono o las basuras, impuestos, gastos de administración, seguridad social, seguros, promoción y otros gastos

de fabricación que harán un total de 2.195,33 € mensuales. Además, también se debe de añadir el coste de los materiales necesarios como tintes, pegamento o emulsión, que ascenderá a 355.16 € al mes. Por lo tanto, los costes fijos por parte de esta empresa representan un 70,31% del total. Hay que decir que el suministro de basuras y luz se abonará cada dos meses, aunque se haya contratado ya una tarifa plana.



Los costes variables se van a calcular para el primer mes ya que se prevé aumentos de la cantidad producida o variaciones en función de la acogida al mercado producida. Estos costes variables serán de 4520 € aproximadamente para el primer mes. Dichos costes variables representan el 29,69% del total y oscilarán en función de la producción de la empresa, y esta, en función de la demanda existente entre el público.

Todo esto creará un monto total de 15.224,67 € mensuales (estimación realizada para el primer año).

También habría que añadir el coste de la aplicación informática *ContaPlus* para llevar a cabo la contabilidad de la empresa. Esto tendrá un precio de 319 € y se pagará una única vez.

6.8 FICHA DE FABRICACION DE PRODUCTOS Y CONTROL DE CALIDAD

En este apartado se procede a presentar la ficha técnica de los productos a comercializar. Físicamente pueden no parecerse al producto mostrado en la imagen debido a que se puede elegir diseño y color en multitud de combinaciones. En la ficha técnica se muestran las características del producto como materiales, lavado, diseño...

Características		
Producto	Camiseta	Sudadera con capucha
Materiales	100% Algodón	80% Algodón 20% Poliéster
Tallas	XS, S, M, L, XL	XS, S, M, L, XL
Colores	Blanco, gris, negro, rojo, verde, naranja, azul, amarillo y rosa	Blanco, gris, rojo, azul y rosa
Diseño	Cafe racer / racing	Cafe racer / racing
Stock	En stock	En stock
Fitting	Corte unisex: ceñido en hombres y ancho en mujeres	Corte unisex: ceñido en hombres y ancho en mujeres
Lavado	Lavar a 30°	Lavar a 30°

	No blanquear Planchar a temperatura media No lavar en seco No usar maquina secadora	No blanquear Planchar a temperatura media No lavar en seco No usar maquina secadora
--	--	--

7. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA

7.1 ELEGIR LA FORMA JURIDICA¹³

Una vez explicado el funcionamiento de la empresa, sus características y limitaciones, se va a detallar la forma jurídica escogida apoyándose en ipymes (página web referenciada en el pie de página). Se ha llegado a la conclusión de que la personalidad jurídica que más se ajusta a las características de la empresa en cuestión es la de Emprendedor de Responsabilidad Limitada. Esta forma jurídica tiene las siguientes características:

- El emprendedor responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa, excluyéndose de estas la vivienda habitual.
- El emprendedor tiene control total de la empresa y dirige su gestión.
- No existe capital mínimo exigido, no tiene más limite que la voluntad del emprendedor. Dentro de este punto hay que resaltar la aportación de 10.000 € del único socio existente, David Alcaina Gargallo, como resultado de la venta de bienes propios.

Esta forma de constitución se ha elegido debido a que es la forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño. Además, no hay que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica y puede resultar más económica de esta forma.

Sin embargo, es necesaria la inscripción en el Registro Mercantil y tener en cuenta que el empresario responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad, excepto de su vivienda habitual (bajo determinadas condiciones). “Además, si el empresario este casado puede dar lugar a que sus actividades alcancen al otro cónyuge, según la clase de bienes. Por último, el empresario deberá tener en cuenta que tributará por tipos más elevados cuanto mayor es su volumen de renta y tendrá obligación de elaborar y depositar anualmente en el Registro mercantil las cuentas anuales de la actividad.”

7.2 PROCESO DE CONSTITUCION

A) Certificación negativa del nombre de la sociedad

“Consiste en la obtención de un certificado acreditativo de la no existencia de otra Sociedad con el mismo nombre de la que se pretende constituir” (Emprendedor s.f.). Una

¹³ <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=ERL&nombre=Emprendedor%20de%20Responsabilidad%20Limitada&idioma=e-s-ES>

vez conseguida una denominación no coincidente, esta podrá ser reservada por el socio durante un periodo de 6 meses. Este documento tiene un coste de 16,36€.

B) Acta notarial

“El objeto del acta notarial son tanto los hechos como las escrituras públicas y las pólizas, en las que se recogen los contratos.”¹⁴ El contenido de estas consta de la constatación de hechos o la percepción que tenga el notario de estos, siempre que por su índole no puedan clasificarse de actos y contratos. Es necesario para la inmatriculación en el Registro Mercantil Provincial de los Emprendedores de Responsabilidad Limitada.

Esta acta recogerá también los datos de la vivienda habitual que no estará sujeta a la responsabilidad por las deudas del ejército de su actividad.

Es obligatorio y se deberá presentar el alta en el Censo de Empresarios y Profesionales, la escritura de propiedad de la vivienda habitual y la valoración de la vivienda realizada por la Consejería de Hacienda de la CCAA donde se encuentre el inmueble.

El coste de este documento oscila entre los 38€ y los 50€ por lo que, haciendo una media, se asumirá que son 44€.

C) Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados

“Este impuesto grava las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados.”¹⁵

Al ser una empresa de nueva creación estará exenta del pago del impuesto sobre transmisiones patrimoniales.

Por otro lado, “el impuesto de actos jurídicos documentados recaerá sobre el adquirente del bien o derecho y en su defecto, las personas que insten o soliciten los documentos notariales, o aquellos en cuyo interés se expidan.”

Este tributo se podrá abonar mediante cuotas variables o fijas.

El plazo para la liquidación de este tributo será de 30 días hábiles a partir del otorgamiento del documento notarial.

Este tributo es de carácter obligatorio también para entidades sin personalidad jurídica por las aportaciones de los socios o comuneros. Además, es preciso presentar las autoliquidaciones, aunque la creación de empresas esté exenta del pago.

Por último, se deberá presentar en la Consejería de Hacienda de la Comunidad Autónoma correspondiente:

- El formulario de liquidación del impuesto sobre transmisiones patrimoniales (Modelo 600).
- La liquidación del impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados (Modelo 601).
- La primera copia y copia simple del documento notarial o, en su caso, original y fotocopia del documento judicial, administrativo o privado que contenga el hecho imponible sujeto a este impuesto.

¹⁴ <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=ERL&nombre=Emprendedor%20de%20Responsabilidad%20Limitada&idioma=es-ES>

¹⁵ <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=ERL&nombre=Emprendedor%20de%20Responsabilidad%20Limitada&idioma=es-ES>

- DNI o NIE del Emprendedor de Responsabilidad Limitada.

D) Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil

La inscripción de una sociedad en el Registro Mercantil produce plena capacidad jurídica. En el caso del empresario individual, la inscripción en el Registro Mercantil es voluntaria.

En el Registro Mercantil, el empresario deberá inscribir los siguientes puntos:

- La identificación del empresario y su empresa.
- Los poderes generales, así como su modificación, revocación y sustitución.
- “La apertura, cierre y demás actos y circunstancias relativos a las sucursales.”
- “Las declaraciones judiciales que modifiquen la capacidad del empresario individual.”
- “El nombramiento para suplir, por causa de incapacidad o incompatibilidad, a quien ostente la guarda o representación legal del empresario individual, si su mención no figurase en la inscripción primera del mismo.”¹⁶
- “Las capitulaciones matrimoniales, el consentimiento, la oposición y revocación a que se refieren los artículos 6 a 10 del Código de Comercio y las resoluciones judiciales dictadas en causa de divorcio, separación o nulidad matrimonial, o procedimientos de incapacitación del empresario individual, cuando no se hubiesen hecho constar en la inscripción primera del mismo.”
- “Las resoluciones judiciales inscribibles relativas al concurso, voluntario o necesario, principal o acumulado, del empresario individual.”
- “En general, los actos o contratos que modifiquen el contenido de los asientos practicados o cuya inscripción prevean las leyes.”

La inscripción deberá procurarse dentro del mes siguiente al otorgamiento de los documentos necesarios para la práctica de los asientos.

El Empresario individual deberá presentar en el Registro Mercantil de la provincia donde se encuentre la empresa:

- “La inscripción primera del empresario individual, así como la apertura y cierre de sucursales se practicarán en virtud de declaración dirigida al registrador, cuya firmase extienda o ratifique ante él.”
- “El alta en el Censo de Empresarios y Profesionales”
- DNI o NIE del Empresario individual.

El coste de la inscripción en el Registro Mercantil oscila entre los 150 y los 300 euros, por lo que haciendo una media se asumirá un coste de inscripción de 225€.

E) Otros trámites

Tras haber finalizado la tramitación correspondiente con la Tesorería General de la Seguridad Social, se deberán iniciar los trámites necesarios con el Ayuntamiento de Zaragoza.

Para iniciar la actividad de la empresa será imprescindible solicitar las licencias convenientes, en función del tipo de actividad de la empresa, que en este caso corresponde, tan solo, la licencia de actividades e instalaciones, al margen de la

¹⁶ <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=ERL&nombre=Emprendedor%20de%20Responsabilidad%20Limitada&idioma=es-ES>

comunicación de la apertura del centro de trabajo y de la solicitud del libro de visitas. El coste de esta licencia será de 400€ por actividad inocua más 600€ del proyecto técnico.

Por lo tanto, el primer paso que se deberá de ejecutar es la comunicación de la apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud laboral, dentro de los 30 días siguientes del inicio de la actividad. Esta comunicación se deberá de presentar en la Dirección Provincial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. En la comunicación se harán constar los datos de la empresa, del centro de trabajo, de la plantilla de trabajadores que realizarán las actividades laborales y de la actividad que se desarrolle en la empresa. Una vez presentada la correspondiente documentación, se procederá a comprobar si el centro de trabajo cumple con las disposiciones vigentes en materia laboral, de empleo y de seguridad e higiene.

Otro de los trámites que se deben efectuar, consiste en solicitar la licencia de actividades e instalaciones, que se solicitará en el Ayuntamiento de Zaragoza, más concretamente en Urbanismo. Este documento será obligatorio realizarlo, a través del modelo 450, antes de abrir el local al público, acreditando que el local cumple con todas las normas de urbanismo y las reglamentaciones técnicas.

El último trámite que se deberá confeccionar consiste mantener bajo protección toda la información de trabajadores, clientes y terceras personas en la Agencia Española de Protección de Datos.

Este organismo es el encargo de velar por el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos y controlar su aplicación, en especial, en lo relativo a los derechos de información, acceso, rectificación, oposición y cancelación de los datos. Por lo tanto, será necesario inscribir los ficheros de los datos personales en el Registro General de Protección de Dato.

8. GESTION DE RRHH

En la gestión de los recursos humanos, se va a proceder a describir la estructura organizativa de la empresa, definiendo cada uno de los puestos de trabajo e indicando el personal responsable de cada una de las tareas necesarias a realizar.

A continuación, se va a presentar un organigrama simple de la empresa, la cual se compone de tres departamentos los cuales son el contable, el comercial y el productivo. Las tareas de estos trabajadores y su encuadre en la empresa se han realizado gracias a educaweb¹⁷

¹⁷ <https://www.educaweb.com/profesion/director-comercial-ventas-1005/>

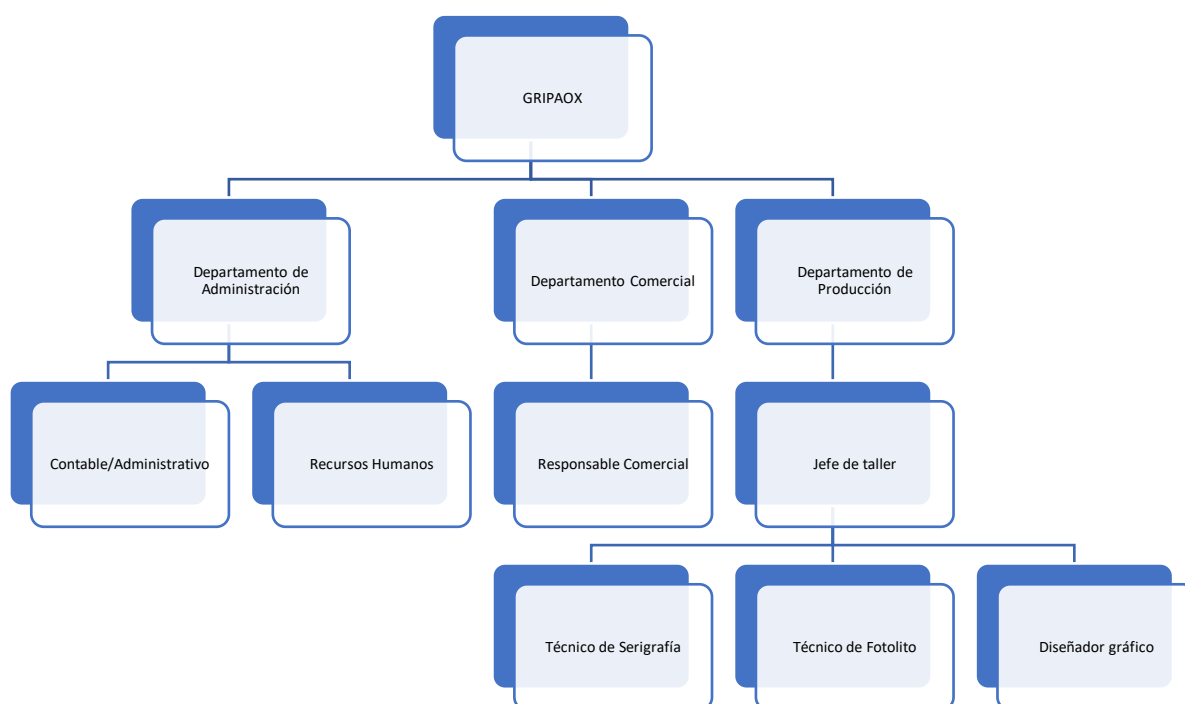


Ilustración 20. Organigrama de la empresa

8.1 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

La gestión del departamento de administración y por lo tanto de las labores contables y administrativas será llevada a cabo por David Alcaina Gargallo, socio y fundador de la empresa. Las funciones a realizar por él serán las siguientes:

- Realizar el registro de operaciones contables, fiscales, etc., de acuerdo con la normativa vigente.
- Definir los criterios y procedimientos para el registro contable y fiscal.
- Garantizar la correcta elaboración de los estados financieros, para mostrar en todo momento la imagen fiel de la empresa y su correcta definición y registro.
- Garantizar el correcto archivo de los documentos soporte de acuerdo con la normativa legal vigente.
- Relación con organismos públicos que requieran otro tipo de información contable, financiera, fiscal, etc.
- Elaboración del Plan de Tesorería y previsión de ventas de acuerdo con los demás departamentos. Además, de la correcta gestión de los pagos y cobros.

A su vez, David Alcaina Gargallo tendrá el cargo de responsable de Recursos Humanos, con las correspondientes tareas asignadas que serán las siguientes:

- Analizar las características de los puestos disponibles en la empresa
- Determinar los perfiles profesionales necesarios para cubrir los puestos vacantes.
- Elaboración de los anuncios adecuados, para conseguir los candidatos, en función de los distintos medios a los que se acudan.
- Selección de los candidatos finales que formaran parte de la plantilla de la empresa.
- Diseñar un plan de formación para los trabajadores.
- Realizar las gestiones relacionadas con la Seguridad Social (altas, bajas, afiliación, etc.)
- Diseñar un Plan de Seguridad y prevención de Riesgos Laborales.
- Elaborar un Plan de Capacitación y programa de incentivos para los trabajadores.

- Elaboración de las nóminas.

8.2 DEPARTAMENTO COMERCIAL

Este departamento estará dirigido por un responsable comercial cuyas funciones a realizar serán las siguientes:

- “Planificar y organizar programas especiales de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado.”¹⁸
- Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.
- “Dirigir y gestionar las actividades del personal de ventas y comercialización”
- Representar a la empresa en convenciones de ventas y comercialización, ferias de muestras y otros foros.
- Resolver los problemas comerciales y de marketing.
- Concretar los canales comerciales de la empresa, su estructura, tamaño y rutas.
- “Elaborar previsiones de ventas conjuntamente con otros departamentos de la empresa.”

8.3 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION¹⁹

El departamento de producción estará controlado y dirigido por el jefe de taller, el cual tendrá a su cargo al técnico de serigrafía, al diseñador gráfico y al técnico de fotolitos. Las tareas del jefe de taller serán las siguientes:

- La planificación y supervisión del trabajo de los empleados.
- La supervisión de los procesos de producción o fabricación.
- El control de stocks y la gestión de almacenes.
- La resolución de las incidencias.
- La gestión de los recursos materiales.
- “La búsqueda de estrategias para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción.”

Por otro lado, el técnico de serigrafía tendrá a su cargo el pulpo de serigrafía y la máquina de insolación para aplicar el fotolito a la pantalla y de ahí a la tela para crear la prenda serigrafiada.

El diseñador gráfico se encargará de crear diseños atractivos para el consumidor y de intentar desarrollar diseños que atraigan cada vez a más clientes.

Por último, el técnico de fotolitos se encargará de pasar el boceto del diseñador gráfico a la impresora de fotolitos para que el técnico de serigrafía siga con el proceso productivo.

8.4 SEGURIDAD SOCIAL

En cuanto a los salarios y la Seguridad Social:

Serán anotadas las cantidades salariales que se deberán desembolsar cada mes por el pago de las nóminas de los trabajadores, que ascienden a 9.612,04 € mensuales, dado que el mínimo establecido en el convenio es de 1.131,11€. Esto total incluye:

- Jefe de taller con un salario de 2.021,30€
- Técnico de serigrafía con un salario de 1.279,54€

¹⁸ <https://www.educaweb.com/profesion/director-comercial-ventas-1005/>

¹⁹ <https://www.educaweb.com/profesion/gerente-produccion-538/>

- Técnico de fotolito con un salario de 1.546,58€
- Contable con un salario de 1.404,14€
- Responsable comercial con un salario de 1.457,86€

Será necesario desembolsar cada mes 2.970,12€ en concepto de cuotas de cotización de la Seguridad Social.

Concepto	Porcentaje	Base	Total
Contingencias comunes	23,60%	9.612,04	2.268,44
Contingencias profesionales por IT	0,65%	9.612,04	62,48
Contingencias profesionales IMS	0,35%	9.612,04	33,64
Desempleo	5,50%	9.612,04	528,66
FOGASA	0,20%	9.612,04	19,22
Formación profesional	0,60%	9.612,04	57,67
TOTAL			2.970,12€

Ilustración 21. Cuadro desglose Seguridad Social

9. ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO consiste en un estudio que identifica las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una determinada empresa en su sector. Este análisis se utiliza como ayuda en la toma de decisiones y en la forma de adoptar determinadas estrategias soldando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.

Una vez aclarado el término, se pretende aplicar este análisis a la empresa a tratar:

9.1 Debilidades

Las debilidades son las características internas de la empresa que pueden convertirse en barreras y complicar el cumplimiento de los objetivos fijados. Sobre la empresa a analizar, se han identificado las siguientes debilidades:

- Empresa de reciente creación sin experiencia en el mercado.
- Dificultad para obtener financiación al no asegurarse su viabilidad.
- Economía de aprendizaje.
- Imposibilidad de tocar el producto antes de comprarlo y testear su calidad.
- Tiempo de entrega.

9.2 Amenazas

Las amenazas tratan de situaciones que el entorno de la empresa presenta y que pueden perjudicar negativamente a la consecución de los objetivos fijados.

Aplicado a esta empresa se encuentran las siguientes amenazas:

- Alta rivalidad en el sector.
- Miedo actual al realizar compras por internet por parte de los consumidores.

- Gran número de competidores.
- Alta amenaza de productos sustitutivos.
- Tendencia poco fiel de los consumidores en el sector textil.
- Prestigio de la competencia ya asentada en el sector.

9.3 Fortalezas

Las fortalezas de una empresa son las características internas de la empresa que facilitan o ayudan a cumplir los objetivos fijados.

Aplicado a esta empresa se pueden encontrar las siguientes fortalezas:

- Precio bajo.
- Bajos costes de creación y diseño.
- Servicio de atención al cliente personalizado.
- Compra a través de Internet.
- Ahorro en costes de estructura fija y personal.
- Calidad en los productos.
- Estructura sencilla y, por la tanto, agilidad en la toma de decisiones.
- Captación de clientes a través de estructuras On-line.
- Empresa Online, lo que quiere decir que tiene mayor capacidad para llegar a más consumidores y mayores puntos geográficos.

9.4 Oportunidades

Por último, se van a analizar las oportunidades de la empresa en el sector. Las oportunidades se tratan de situaciones que presenta el entorno de la empresa y que pueden ayudar a la consecución de los objetivos fijados.

Llevado a nuestra empresa, se pueden encontrar las siguientes oportunidades:

- Gran número de proveedores.
- Escasas barreras de entrada.
- Demanda creciente en el medio On-line.

Este análisis DAFO, junto al análisis de las estrategias de Porter, son de gran ayuda para determinar la política comercial de la empresa y la forma de llevar la empresa aprovechando las amenazas y oportunidades ofrecidas por el exterior de la empresa y las debilidades y fortalezas de la empresa.

10. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO

Para la realización de esta entrega se ha tenido que incluir y por tanto calcular varios estados financieros para determinar los gastos, ingresos y posibles beneficios y pérdidas. En primer lugar, se ha realizado un análisis mensual del primer año, y posteriormente de los próximos 5 años para observar la evolución de la empresa. Los estados financieros realizados han sido los siguientes:

10.1 Análisis del plan de tesorería

Este estado incluirá las entradas de fondos y las salidas correspondientes. En primer lugar, se determina el saldo inicial se corresponde con la aportación del emprendedor de 10.000€ y además un préstamo a dos años de 6.000€. Por otro lado, también supondrá una entrada

las ventas de los productos ofrecidos. Estas ventas aumentarán un 2% anual. También hay que tener en cuenta las salidas correspondientes a los gastos determinados anteriormente en la viabilidad técnica y comercial.

Tras restar las entradas y las salidas correspondientes se ha determinado que, en el primer mes, el saldo de tesorería acumulado, correspondiente al saldo de efectivo del balance asciende a 6.495,88€. Cabe destacar que este saldo va disminuyendo a lo largo del año, acabando el último mes con 4.873,23€.

Llevando la vista a la previsión a 5 años se puede observar que el acumulado de tesorería pasa a ser negativo en el cuarto y quinto año.

10.2 Análisis del balance

El balance se ha realizado en primer lugar, mensual, y posteriormente se ha realizado el balance de los 5 años siguientes. Cabe destacar que el primer año los datos son constantes. No obstante, cada año aumentan las ventas y las materias primas un 2%. Todos los activos y pasivos también son afectados por la evolución del IPC.

El Activo de la empresa en el primer mes (16.144,15€) está compuesto principalmente por Activo Corriente (5.498,50€), gracias al efectivo y otros activos líquidos proveniente del saldo acumulado de tesorería.

Por otro lado, en el Pasivo y Patrimonio Neto, destaca el último por el capital aportado por el emprendedor que se mantiene constante durante los 5 años y el escaso resultado del ejercicio. Por otro lado, en el pasivo no corriente del primer año se puede observar la deuda a largo plazo con la entidad de crédito que desaparece en el año siguiente.

Hay que destacar que estos datos sufren modificaciones a lo largo del año puesto que el producto ofrecido tiene asociada una estacionalidad. Además, también se ve afectado año a año por el IPC.

Al igual que se ha dicho en el análisis del plan de tesorería, el balance pasa a ser negativo a partir del cuarto año.

10.3 Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Este estado se ha realizado para determinar el cálculo del resultado del ejercicio. Cabe destacar que los ingresos obtenidos se deben a las ventas, tanto de sudaderas como de camisetas en la proporción indicada en la previsión de ventas, y ascienden a un importe de 20.194,50€ para el primer mes. El mayor gasto a destacar corresponde a los sueldos y salarios con un coste de 12.582,16€, contando cargas sociales. Estos ingresos y gastos no son constantes a lo largo del año debido a su estacionalidad, llegando a bajar hasta unos ingresos de 16.974,00€ en los meses de verano.

En cuanto a la Cuenta de PyG anual de los años siguientes, se puede observar que las mayores partidas son las mismas que en el primer año, únicamente se diferencia por la evolución del IPC y el incremento de las ventas del 2% anual.

También hay que destacar que el impuesto de Sociedades es del 15% el primer año y posteriormente asciende al 25% para los años siguientes.

No obstante, hay que mencionar que la evolución del resultado es negativo a lo largo de los 5 años y además se puede observar un aumento constante de las pérdidas.

10.4 Ratios financieros

Dentro de los ratios financieros se va a proceder a hablar del ratio de endeudamiento total, ratio de garantía y ratio de autonomía financiera.

El ratio de endeudamiento total para esta empresa da una media de 0,37 haciendo el cálculo por meses. Lo que indica que la empresa presenta autonomía financiera, puesto que la proporción de deuda con la que cuenta la empresa es baja.

El ratio de garantía para este proyecto empresarial da una media de 2,73 haciendo el cálculo por meses. Este valor indica que la capacidad del total de activos de la empresa para pagar todas las deudas contraídas está superada en esa proporción.

Por último, el ratio de autonomía financiera da una media de 1,73 haciendo el cálculo también por meses. Esto refuerza la autonomía financiera mencionada en el ratio de endeudamiento e indica la independencia financiera de la empresa al relacionar sus fondos propios con sus deudas.

ENDEUDAMIENTO	DEUDA TOTAL
	PATRIMONIO NETO+PASIVO
GARANTÍA	ACTIVO TOTAL
	PASIVO TOTAL
AUTONOMÍA FINANCIERA	PATRIMONIO NETO
	PASIVO TOTAL

Ilustración 22. Ratios financieros (jraeconomistas s.f.)

10.5 Ratios económicos

Dentro de los ratios económicos se va a analizar el margen sobre ventas, la rotación del activo circulante, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera.

El margen sobre ventas es el margen bruto medio que se obtiene sobre las ventas, es decir, el margen real de la actividad. En este caso la media del margen sobre ventas del primer año es de -0,012. En los 5 años posteriores esta media se mantendrá al mismo valor.

MARGEN SOBRE VENTAS	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN
	INGRESOS DE EXPLOTACIÓN
ROTACIÓN DE ACTIVO CIRCULANTE	INGRESOS DE EXPLOTACIÓN
	ACTIVO CIRCULANTE
RENTABILIDAD ECONÓMICA	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN
	TOTAL ACTIVO
RENTABILIDAD FINANCIERA	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
	PATRIMONIO NETO

Ilustración 23. Ratios económicos (jraeconomistas s.f.)

La rotación del activo circulante refleja las veces que se ha utilizado el activo corriente o circulante en la obtención de las ventas. La media mensual del primer año para este ratio es de 3,44. La rotación del activo corriente aumentara en los 5 años posteriores llegando a una media por año de 20,71.

La rentabilidad económica de la empresa es de -0,013 como media mensual en el primer año. Esto es el beneficio obtenido por los activos que necesita la empresa para realizar su actividad. En los 5 años posteriores esta media aumenta alcanzando 0,16 de media anual.

La rentabilidad financiera de la empresa es de -0,04 como media mensual en el primer año. Esto es el beneficio obtenido por el capital aportado por los socios de la empresa. Como en los demás ratios, la rentabilidad financiera también aumenta, pero en menor medida. La media anual de la rentabilidad financiera para los 5 primeros años es de 0,16.

11. CONCLUSION

Para llegar a una conclusión acertada sobre el proyecto es necesario apoyarse en el plan de tesorería, en el balance y en las cuenta de Perdidas Y Ganancias que viene adjuntada con este documento. En estas cuentas, es fácil ver que a partir de los últimos meses del

primer año, el negocio no va a ser viable. Viendo las cuentas a 5 años, se puede ver que en el segundo año se muestra una mejoría con respecto al primero al liberarse las cargas e inversiones del primer año. Aún así, la temporalidad del producto arruina la viabilidad del negocio.

La temporalidad del negocio hace que el producto estrella, la camiseta, se venda en mayor medida que las sudaderas. Hay que decir que la camiseta serigrafiada no es rentable, y lo que de verdad hace a la empresa obtener beneficios son las sudaderas. Por lo tanto, en los meses mas calurosos se obtienen grandes pérdidas y en los meses frios se obtienen beneficios no significativos.

Además, otro punto importante para entender la no viabilidad del proyecto es la necesidad de personal cualificado y, por lo tanto costoso, y la gran inversión necesaria en publicidad para dar a conocer el negocio.

Por lo tanto, este proyecto no puede llegar a ser viable asumiendo estos costes y percibiendo esos ingresos.

Bibliografía

Amazon. s.f. <https://www.amazon.es>.

Apple. s.f. <https://www.apple.com/>.

Banco de España. Marzo de 2019. https://www.bde.es/bde/es/areas/analisis-economi/analisis-economi/proyecciones-mac/Proyecciones_macroeconomicas.html.

Delex. s.f. <https://www.delex.es/impresion-de-fotolitos-para-serigrafia/impresora-fotolitos-para-serigrafia.html>.

Ebay. s.f. <https://www.ebay.es/>.

Emprendedor, Puntos de Atención al. s.f. <http://www.paelectronico.es/es-ES/Servicios/Paginas/ProcesoConstitucionA.aspx?cod=3&nombre=Certificaci%C3%B3n+negativa+del+nombre+de+la+sociedad>.

Expansion. <https://datosmacro.expansion.com>. 2018.
<https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>.

Foto pulpo serigrafía. s.f. <https://i.ytimg.com/vi/lPJBKCwbSVM/maxresdefault.jpg>.

gráfica, Escuela. s.f. <https://www.escuelagrafica.es/es/Product/Pantalla-de-Serigrafia-Metalica-Entelada-50-x-60-en-90-Hilos->.

HKTDC. s.f.
http://es.hktdc.com/sourcing/product_searchresult.htm?bookmark=true&query=camiseta%20blanca&locale=en.

Holded. *Holded*. 11 de Julio de 2018. <https://www.holded.com/es/blog/sociedad-limitada-unipersonal-cuando-usar/>.

ingles, El corte. 2019. <https://www.elcorteingles.es/moda/A24598233-camiseta-de-hombre-lacoste-blanca-de-manga-corta/>.

ipymes. s.f. <http://www.ipyme.org/>.

jraeconomistas. s.f. <https://jraeconomistas.com>.

La Información. 21 de Noviembre de 2017. https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/nueva-ley-de-emprendedores-15-cambios-legales-que-es-imprescindible-conocer_ZcLpy8CISFLYTNYPKVIw25/.

Merodio, Juan. 2018. s.f. <https://www.juanmerodio.com/publicidad-facebook/>.

molina, jorge. *denominaciones de origen*. zaragoz: EDELVIVES, 1998.

mueble, Top. s.f. <https://www.topmueble.com/>.

país, El. 2012.
https://elpais.com/sociedad/2012/11/19/actualidad/1353320388_394798.html.

Pienginyeria. 2019. <http://www.pienginyeria.com/project/licencia-de-apertura-para-actividad-inocua/>.

Ractem. s.f. <https://www.ractem.es/>.

Roldán, Paula Nicole. *Economipedia*. 2018.
<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>.

RTV. Febrero de 2019. <http://www.rtve.es/noticias/el-paro-espana/paro-registrado/>.

- Sabi.* s.f. https://sabi.bvdinfo.com/version-2019222/Search.QuickSearch.serv?_CID=1&context=3LDAGEISNCRDAKV&loginpostback=true&ssotoken=Ala2v5ND%2bD%2fO8LVIHpA3VA%3d%3d.
- Sabi.* s.f. https://sabi.bvdinfo.com/version-2019222/Search.QuickSearch.serv?_CID=1&context=3LDAGEISNCRDAKV&loginpostback=true&ssotoken=Ala2v5ND%2bD%2fO8LVIHpA3VA%3d%3d.
- Stanley/Stella.* s.f. <https://www.camisetas.info/serigrafia>.
- Statista.* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA. 2019.
- STORE, VIP.* 2019. <https://www.vipstoreshop.com/tienda-tommy-hilfiger-ropa/5256-camiseta-tommy-hilfiger-hombre-gris-ref4258.html>.
- Tudiras.* 2019. <https://www.tudiras.com.es/emulsion-mitxa-azul-con-diazo-1kg-resistente-economica-plastisol-laca-serigrafia.html>.
- wikipedia.* 2019. <https://es.wikipedia.org/wiki/Pin-up>.
- Wikipedia.* *Cafe Racer.* s.f. https://es.wikipedia.org/wiki/Cafe_Racer.
- xaifu.* s.f. <http://www.xaifu.com/blog/tutoriales/como-montar-un-taller-de-serigrafia/>.
- ZARA.* 2019. <https://www.zara.com/>.
- Zaragoza,* Ayuntamiento. 2019. http://www.zaragoza.es/ciudad/urbanismo/oficina/detalle_Tramite?id=99.