

Plano De Empresa: RIALEX

ASIR

Iglesias Carpintero. A

Mosquera Hoyos. R

Rial Da Vila. X

10/03/2023

**Plan y descripción del proceso de creación de la empresa de reacondicionado y
asistencia técnica RIALEX**

ÍNDICE

[ÍNDICE DE GRÁFICAS](#)

[ÍNDICES DE TÁBOAS](#)

[ÍNDICE DE ILUSTRACIÓNS](#)

[RESUMO EXECUTIVO](#)

[1. A IDEA E OS PROMOTORES](#)

[1.1. Análise da idea de negocio](#)

[Ilustración 1 Logo](#)

[Valoración da Idea De Negocio.](#)

[Tabla 1. Valoración da idea de negocio](#)

[1.2. Análise dos/as promotores/as](#)

[1.2.1. Análise do/a promotor/a 1 -> Alejandro Iglesias Carpintero](#)

[Gráfica 1. Resultados do test do/a promotor 1](#)

[1.2.2. Análise do/a promotor/a 2 -> Raúl](#)

[Gráfica 2. Resultados do test do/a promotor 2](#)

[1.2.3. Análise do/a promotor/a 3 -> Rial](#)

[Gráfica 3. Resultados do test do/a promotor 3](#)

[Tabla 2. Habilidades directivas](#)

[1.3. Análise CANVAS](#)

[Ilustración 2. CANVAS](#)

[2. VIABILIDADE COMERCIAL](#)

[2.1. Análise da contorna xeral](#)

[2.1.1. Factores políticos e legais](#)

[2.1.2. Factores económicos](#)

[2.1.3. Factores socio culturais](#)

[2.1.4. Factores tecnolóxicos](#)

[2.1.5. Factores ecológicos](#)

[Tabla 3. Habilidades directivas](#)

[2.2. Análise da contorna específica](#)

[2.2.1. Rivalidade entre competidores existentes](#)

[2.2.2. Poder de negociación dos clientes](#)

[2.2.3. Poder de negociación dos fornecedores](#)

[2.2.4. Ameaza de entrada de novos competidores](#)

[2.2.5. Ameaza de produtos substitutivos](#)

[2.3. Plano de márketing](#)

[2.3.1. Estratexia de produto ou servizo](#)

[2.3.2. Estratexia de prezo](#)

[2.3.3. Estratexia de distribución](#)

[2.3.4. Estratexia de promoción](#)

2.4. Análises DAFO e CAME

2.4.1. Análise DAFO

2.4.2. Análise CAME

3. ANÁLISE OPERATIVA

3.1. VIABILIDADE DA EMPRESA

3.1.1. Localización da empresa

3.1.2. Plano de investimentos

3.1.2.1. Orzamento de inmobilizacións

3.1.3. Plano de aprovisionamento

3.1.3.1. Orzamento de aprovisionamento inicial

3.1.3.2. Orzamento de gastos xerais

3.1.4. Plano de producción

3.2. Viabilidade organizativa

3.2.1. Plano de recursos humanos

3.2.1.1. Organigrama.

3.2.1.2. Orzamento de recursos humanos

3.2.2. Forma xurídica da empresa

4. VIABLIDADE ECONÓMICA FINANCEIRA

4.1. Orzamento de vendas

4.2. Plano de financiamento

4.3. Análise dos custos

4.4. Cálculo do limiar de rendibilidade

4.5. Estados contábeis

4.5.1. Balance de situación

4.5.2. Conta de perdas e lucros

4.5.3. Orzamento de tesouraría

4.5.4. Análise económica

4.5.5. Análise financeira

4.5.6. Scoring system

5. PROCESOS DE POSTA EN MARCHA DA EMPRESA

5.1. Trámites de constitución

5.2. Trámites perante a Axencia Tributaria

5.3. Trámites perante a Tesouraría da Seguranza Social

5.4. Trámites perante o Servizo Público de Emprego

5.5. Trámites perante a Administración Local

5.6. RESUMEN DE CONSTITUCIÓN

6. PLANES FUTUROS

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

ÍNDICE DE GRÁFICAS

[Gráfica 1. Análise do/a promotor/a 1 -> Alejandro](#)

[Gráfica 2. Análise do/a promotor/a 2 -> Raúl](#)

[Gráfica 3. Análise do/a promotor/a 3 -> Rial](#)

[Gráfica 4. Organigrama](#)

[Gráfica 5. Resumen y ratios](#)



ÍNDICES DE TÁBOAS

<u>Táboa 1.</u>	<u>Valoración de la idea de negocio</u>
<u>Táboa 2.</u>	<u>Habilidades directivas</u>
<u>Táboa 3.</u>	<u>Ánalisis del contorno específico</u>
<u>Táboa 3.</u>	<u>Límitar de rentabilidade</u>
<u>Táboa 4.</u>	<u>Balance de situación</u>
<u>Táboa 5.</u>	<u>Conta de perdas e lucros</u>
<u>Táboa 6.</u>	<u>Orzamento de tesourería</u>
<u>Táboa 6.</u>	<u>Resumen y ratios</u>



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. LOGO

Ilustración 2. CANVAS

Ilustración 3. Análisis DAFO

Ilustración 4. Análisis CAME

Ilustración 5. Localización1

Ilustración 6. Localización2

RESUMO EXECUTIVO

Hoy en día son muchos los estudios que demuestran cómo los equipos informáticos se ponen en desuso o se desperdician de forma innecesaria, siendo dichos equipos perfectamente utilizables para muchas tareas cotidianas del usuario común.

Esto causa lo que se llama “Desperdicio de material”, fenómeno que causa inflación dentro del sector de la tecnología. Si cada persona aporta su granito de arena a través de la reutilización de materiales, la economía global daría un gran salto.

En RIALEX nuestro objetivos es utilizar y reutilizar los bienes informáticos hasta el fin real de su vida útil para evitar contaminar innecesariamente nuestro planeta, hacemos instalaciones a gusto del consumidor, también disponemos de un equipo de diseño de pcs gaming que satisfará las peticiones de los clientes, todo con productos reutilizados. “Rial” solutions for the “Rial” World y un mundo real es un mundo preocupado por nuestro futuro y ese es un futuro sostenible gracias a todos nosotros.

También es nuestra idea, llevar este trabajo a las personas más jóvenes, presentando nuestros PCs reciclados en quedadas gaming y competiciones locales, para concienciar de la importancia de esto.

1.A IDEA E OS PROMOTORES

1.1. Análise da idea de negocio

Nombre de empresa: RIALEX SL.

Sector: Informática y Servicios.



Ocupación principal: Compraventa de equipos informáticos, reparándolos y reacondicionándolos para su puesta a punto adecuada.

Necesidad a cubrir: Falta de conocimientos en la materia de las TIC para proveer los equipos que se usan hoy en día para todo tipo de actividad, así como la necesidad de adquisición de dichos equipos.

Clientes: PYMES y particulares.

Propuesta de valor:

Un servicio personalizado y de calidad para poder resolver los problemas que se presenten de la manera más eficaz posible. Rapidez y eficacia.

Reacondicionado de calidad para ahorrar y evitar el desperdicio de material tecnológico.

Ideas palpables que se pueden poner en funcionamiento:

- Gestión de backups en pymes
- Reparación, instalación de equipos y periféricos
- Venta online y en tienda de equipos y periféricos (Con garantía de mantenimiento el 1º año).
- Mantenimiento de equipamiento informático en PYMES y particulares
- Licencias de software (Windows, Office, ...)
- Gestión de servicios Cloud

Valoración da Idea De Negocio.

Tabla 1. Valoración da idea de negocio

VALORIZACIÓN DA IDEA DE NEGOCIO		
VARIÁBEL	VALORIZACIÓN (1 a 10)	
Grao de experiencia dos/as promotores/as	2	Canto maior experiencia, maior valorización
Nivel de risco	8	Canto menor risco, maior valorización
Necesidade do mercado	8	Canto maior necesidade, maior valorización
Vantaxe competitiva	7	Canto maior vantaxe competitiva, maior valorización
Posibilidade de obter lucros	9	Canto maior posibilidade de obter lucros, maior valorización
Tempo necesario para desenvolver a idea	8	Canto menor tempo necesario, maior valorización
Custo do investimento	6	Canto menor custo de investimento, maior valorización
Posibilidade de cubrir o investimento	9	Canto maior posibilidade de cubrir o investimento, maior valorización
O persoal dedicarase <i>full time</i> ao negocio	10	Canto maior posibilidade de dedicación <i>full time</i> , maior valorización
Existe unha idea definida	10	Canto más definida estea a idea, maior valorización
Existen produtos ou servizos similares no mercado	7	Canto menos produtos ou servizos similares no mercado, maior valorización
Os promotores coñecen o mercado	7	Canto más coñecemento, maior valorización
O proceso de producción (ou prestación do servizo) é coñecido	9	Canto más coñecemento, maior valorización
A tecnoloxía é accesible	10	Canto maior acceso, maior valorización
SUMA	110	
VALORACIÓN MÁXIMA	140	Valoración máxima posible
Participación porcentual da idea	78,57%	
Viabilidade da idea de negocio	ACEPTAR IDEA	



Recursos necesarios:

- Local pequeño con un espacio de almacenamiento estándar.
- Furgoneta rotulada (renting).
- Proveedores mayoristas de hardware y software
- PCs u otros equipos comprados de particulares y empresas.

Espacio en el mercado:

Éste es un sector que está en el auge de su desarrollo pero que a su vez tiene muchas personas metidas en él para el apoyo de particulares y PYMES (Ya que las grandes empresas tienen sus propios servicios internos).

Sin embargo, la compraventa y reacondicionamiento de equipamiento es algo no tan común hoy en día, que serviría para poder evitar el desecho de materiales que cada vez más faltan y producen una elevada subida de los precios. De esta manera, se proporcionan a los clientes soluciones realistas, más económicas y que cubran sus necesidades.

El precio y la ayuda ecológica es aquello que separa esta empresa del resto.

Crecimiento del mercado:

Según la última entrega del barómetro mensual TIC Monitor, elaborado conjuntamente por VASS y el Centro de Predicción Económica CEPREDE, el sector de servicios TIC en España ha cerrado el ejercicio 2021 con un crecimiento interanual en su facturación del 20,7%.

Según la última entrega del barómetro mensual TIC Monitor, elaborado conjuntamente por VASS y el Centro.



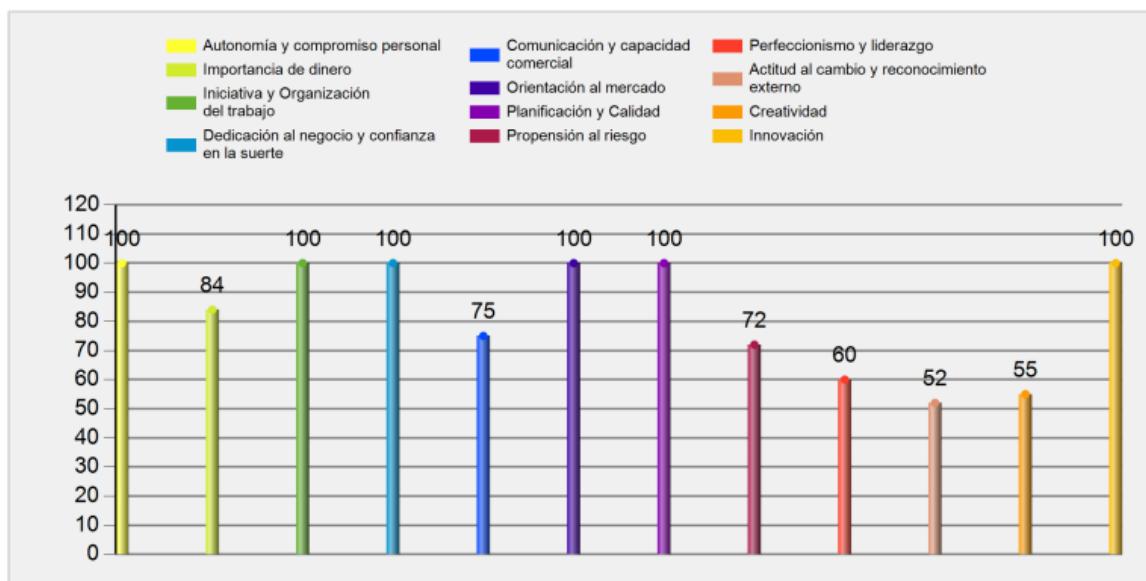
1.2. Análise dos/as promotores/as

1.2.1. Análise do/a promotor/a 1 -> Alejandro Iglesias Carpintero

En el caso de este promotor, encontramos su fortaleza en el compromiso e iniciativa por alcanzar la calidad y la proliferación del negocio. Tiene unos valores que le hacen muy estable y rígido en sus valores, por lo que la motivación no será un problema. Además, ostenta una buena capacidad de comunicación.

Por otro lado, necesita mejorar algunas capacidades en relación con la adaptación a los cambios y el liderazgo. Es una persona que trabaja bien en equipo pero la coordinación y apoyo a aquellas personas subordinadas le cuesta. Aparte, su perfeccionismo hace que en momentos se pueda desviar de los objetivos verdaderamente importantes.

Gráfica 1. Resultados do test do/a promotor 1

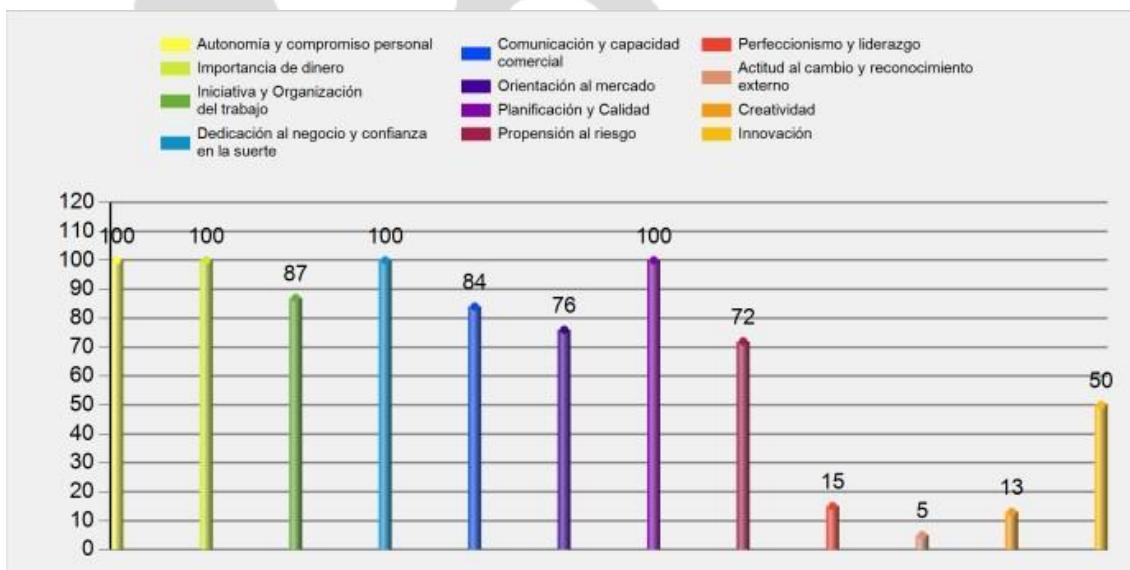


Fonte: Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras, ipyme.

1.2.2. Análise do/a promotor/a 2 -> Raúl

En el caso del promotor Raúl, vemos unos resultados bastante positivos en cuanto a los campos de “Autonomía y compromiso personal”, “Importancia de dinero”, “Iniciativa y Organización del trabajo”, “Dedicación al negocio y confianza en la suerte”, “Comunicación y capacidad comercial” y “Planificación y Calidad”, unos resultados más mediocres en cuanto a los campos de “Orientación al mercado”, “Propensión al riesgo” e “Innovación” y por último resultados nefastos en cuanto a “Perfeccionismo y liderazgo”, “Actitud al cambio y reconocimiento externo” y “Creatividad”.

Gráfica 2. Resultados do test do/a promotor 2



Fonte: Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras, ipyme.



1.2.3. Análise do/a promotor/a 3 -> Rial

En el caso de este promotor debería mejorar la autonomía y compromiso, tampoco debería dar tanta importancia al dinero a la , la iniciativa y organización es un punto fuerte de este empresario, tiene buena dedicación pero debería darle menos importancia a la suerte, es buen comunicador pero no le gusta vender cosas con las que no está seguro, orientación al mercado es un punto fuerte, planificación y calidad es muy importante para este promotor, debería mejorar su manera de enfrentarse ante el riesgo, debería mejorar el liderazgo y perfeccionismo, tienen buena actitud ante el cambio y no le importa el reconocimiento externo, debería ser más creativo e innovar más.

Gráfica 3. Resultados do test do/a promotor 3



Fonte: Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras, ipyme.

Tabla 2. Habilidades directivas

HABILIDADES DIRECTIVAS

(Valorizar de 1 a 10 cada unha das variábeis do cadro)

VARIÁBEIS	VALOR	DIAGNOSE	ERROS
1. Iniciativa	10	Fortaleza F	
2. Disponibilidade	9	Fortaleza F	
3. Supera o desánimo	9	Fortaleza F	
4. Afán polo traballo ben feito	10	Fortaleza F	
5. Gusto pola competencia	7	Fortaleza F	
6. Asume riscos controlados	10	Fortaleza F	
7. Toma de decisións meditada	10	Fortaleza F	
8. Soporta a incerteza e a tensión	7	Fortaleza F	
9. Finaliza os traballos que emprende	9	Fortaleza F	
10. Mentalidade aberta	10	Fortaleza F	
11. Sabe planificar	8	Fortaleza F	
12. Sabe organizarse	8	Fortaleza F	
13. Ten capacidade de adaptación	9	Fortaleza F	
14. É tolerante	10	Fortaleza F	
15. Sabe vender as súas ideas	10	Fortaleza F	
16. Sabe negociar	9	Fortaleza F	
17. É perseverante	8	Fortaleza F	
18. É optimista	9	Fortaleza F	
19. Ten confianza e coñecemento de si propio	9	Fortaleza F	
20. Facilidade de contacto	10	Fortaleza F	
21. Espírito independente	8	Fortaleza F	
22. Gusto polo triunfo	10	Fortaleza F	
23. Soluciona conflitos	10	Fortaleza F	
VALORIZACIÓN TOTAL E MEDIA	209	9,09	

CONCLUSIÓN AO PERFIL EMPRENDEDOR (HABILIDADES DIRECTIVAS)

BO PERFIL EMPRENDEDOR (TEN HABILIDADES DIRECTIVAS)



Las habilidades directivas son un consenso de los 3 promotores como si fuésemos una única unidad “La empresa”, unos buenos perfiles capaces de lograr grandes resultados trabajando en equipo.

1.3. Análise CANVAS

Ilustración 2. CANVAS

Fonte: IGAPE (2016).

8. ALIANZAS CLAVE Proveedores de material informático Los propios clientes que venden equipos	7. ACTIVIDADES CLAVE Asesoramiento Reacondicionado de equipos Venta	2. PROPOSITA DE VALOR Calidad Servicio personalizado Rapidez Ecologismo	4. RELACIÓN COA CLIENTELA Directa RSS Página web Teléfono	1. SEGMENTO DE CLIENTELA Familias Necesitan que les funcionen los equipos Deshacerse de equipos viejos Pymes Conseguir equipos fiables económicos
6. RECURSOS CLAVE Pcs usados Furgoneta Local con almacén tamaño pequeño Conocimiento	3. CANLES Directo Internet			
9. ESTRUCTURA DE COSTOS Salarios de personal Alquiler de establecimiento y vehículo Electricidad y demás gastos del taller Gastos derivados del desplazamiento Material del taller Marketing	5. FONTES DE INGRESOS Venta de productos directamente a consumidor Reparación de equipos Reacondicionamiento de equipos Mantenimiento de equipos			



2. VIABILIDADE COMERCIAL

2.1. Análise da contorna xeral

2.1.1. Factores políticos e legais

Los factores político-legales que pueden afectar a Rialex son los siguientes:

- . 1º La legislación sobre protección de datos.
- 2º Normativas fiscales.
- 3º Normativas sobre resíduos electrónicos.
- 4º Regulaciones sobre contratación y empleo.

Empezando por el primer punto de la lista nos damos cuenta de que al ser una empresa debemos cumplir de manera estricta con la Ley de Protección de Datos (Ley Orgánica 3/2018), pero además en nuestra actividad tenemos una característica a mayores que contemplar. Podemos encontrarnos de manera recurrente con ordenadores que contengan información personal y sensible de empresas o de particulares que de ningún modo podemos permitir que al vender el producto otra persona pueda acceder a los mismos.

Principalmente como empresa debemos cumplir con los siguientes requisitos: no filtrar, compartir o vender información de nuestros clientes, además de tener en cuenta de que las cámaras de seguridad del local nunca apunten al exterior o si lo hacen cumplir los requisitos para que sea de manera legal.

A fin de garantizar la seguridad de los datos de nuestros clientes, estos se registrarán siempre en un ordenador que tan solo se utilice para esta función. El ordenador deberá estar siempre actualizado, fuera del alcance de las zonas donde una persona ajena a la empresa pueda acceder y el disco duro cifrado. Con todo esto se entiende que una empresa pequeña como la nuestra ha intentado y cumplido con todas las medidas de seguridad disponibles a su alcance para preservar la seguridad de los datos de sus clientes.

En cuanto al problema de los datos personales que pongamos a la venta deberemos siempre formatearlos y aún así posteriormente les aplicaremos la herramienta de borrado de datos DBAN (Darik's Boot And Nuke) considerada por muchos analistas de seguridad como la mejor para el borrado de todos los datos de un ordenador. Además por protocolo propio siempre antes de vender

un ordenador uno de los trabajadores debe cerciorarse que el equipo o equipos en cuestión no mantengan ninguno de los datos.

Las normativas fiscales que debemos cumplir se encuentran repartidas a lo largo del modelo de plano de la empresa así como en el documento de viabilidad económica financiera, por lo que no hablaremos de la misma en este punto. Lo mismo ocurre con las regulaciones de contratación y empleo (en este caso no se contratará a nadie).

En cuanto a la normativa de residuos electrónicos debemos tener en cuenta que en muchos de los equipos pueden haber componentes irrecuperables así que necesitamos deshacernos de los mismos. Para ello deberemos primero debemos tener en cuenta las regulaciones establecidas por la Ley 22/2011 de residuos y suelos contaminados y el Real Decreto 110/2015 sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

Para ello lo primero es registrarnos en el Registro de Productores de Residuos Electrónicos (REGIDAEE), para lo cual deberemos:

- Acceder al portal REGIDAEE (<https://www.regidaee.es/>).
- Completar el formulario de inscripción, proporcionando información sobre la actividad desarrollada y la cantidad de residuos electrónicos que se producirán.
- Adjuntar la documentación requerida, como puede ser una copia del CIF (Código de Identificación Fiscal), la escritura de constitución o estatutos de la empresa, y el alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), entre otros documentos.
- Efectuar un pago de la tasa para la inscripción del registro de 40.23€.

También deberemos contratar a gestores de los residuos autorizados para la actividad.

2.1.2. Factores económicos

De acuerdo a las previsiones de Metyis, el crecimiento económico de España en 2023 se producirá gracias a la demanda doméstica privada, mientras que la demanda externa no generará aportación positiva.

El 2023 seguirá marcado por una alta incertidumbre y volatilidad, con una acentuada desaceleración económica en la eurozona y una persistente inflación que rondará el 4% en España, duplicando el objetivo del 2% del BCE.

Frente a esta situación, la economía española podría lograr un tímido crecimiento del 1%.

La tímida evolución económica se debe a que experimentamos niveles muy reducidos de confianza del consumidor, una menor oferta de financiación y unas condiciones financieras más restrictivas.

Los principales riesgos para la economía española detectados por Metyis en su análisis siguen siendo la energía, que mantendrá una alta incertidumbre en términos de abastecimiento y precios, y que puede traspasar la incertidumbre y afectar a otras materias primas.

Esto podría suponer un descenso en nuestras ganancias debido al crecimiento de la factura de la luz, debido a nuestro gran uso de la misma para la puesta a punto de los equipos.

Aunque esto también puede ser muy positivo para nuestras ventas debido a que la gente y las empresas podrían valorar mucho más comprar un equipo de segunda mano que comprar un equipo nuevo debido a la diferencia de precios. Por ello nuestra empresa podría compensar la pérdida debido al encarecimiento de las energías y aún salir ganando por el aumento de las ventas de nuestros productos.

2.1.3. Factores socio culturais

El estilo de vida sin el uso de ordenadores, teléfonos móviles o tablets es inimaginable, casi cada persona tiene al menos un teléfono móvil o un ordenador. Estos son datos bastante positivos de cara a la empresa Rialex.

Todo usuario necesita un ordenador para trabajar, más ahora que está en auge la moda del teletrabajo para muchas personas sin conocimientos técnicos.

Ante esto, encontramos multitud de empresas grandes que realizan renovación de equipos a gran escala, siendo nosotros los que apliquemos ahí la inversión para luego poder vender los equipos a otras empresas (generalmente pymes) o particulares.

Además, muchas de estas renovaciones de los equipos cuando supuestamente no dan el rendimiento que se esperaba de ellos, se debe a el mal uso de los

equipos y acumulación de residuos a nivel software. Dicho problema se arregla muy fácilmente y el ordenador queda como nuevo.

También debemos tener en cuenta la conciencia medioambiental de muchas personas que se preocupan cada vez más por su huella en el medio ambiente y puede ser un gran aliciente para ellos el renovar su equipo o adquirir su primer equipo de segunda mano.

La cultura del ahorro en España es también en cierto modo algo a tener en cuenta, ya que no es poca la gente que intenta ahorrar en sus gastos comparando precios y buscando otras posibilidades cuando se trata de comprar para tener un importante ahorro, que al fin y al cabo es el punto fuerte de la empresa Rialex.

En este punto es importante tener en cuenta el impacto de las redes sociales en la vida de las personas y su importancia a la hora de publicitar un negocio en ellas. Nosotros hemos intentado ayudarnos de las mismas creando una cuenta de la empresa en facebook, instagram y tiktok.

2.1.4. Factores tecnológicos

De acuerdo con el artículo escrito por [investinspain](#) nos encontramos con que España es un país claramente desarrollado tecnológicamente y con un importante desarrollo, con una previsión bastante favorable hacia el aumento de su desarrollo.

Por otra parte, son muchas las empresas de mediano a gran tamaño que realizan renovación de equipos con mucha frecuencia, oportunidad perfecta para poder adquirirlos a buen precio y venderlos más adelante.

También debemos tener en cuenta la importancia de la conectividad, muchas personas y empresas ya trabajan en remoto, o necesitan un mayor despliegue de equipos para poder satisfacer las necesidades tanto de clientes como de usuarios. Esto supone una mayor compra y venta de elementos y equipos informáticos.

2.1.5. Factores ecológicos

Los productos electrónicos, desde paneles solares hasta teléfonos inteligentes, traen enormes beneficios para la humanidad y ofrecen nuevas oportunidades para el desarrollo. También son herramientas para enfrentar los desafíos del

cambio climático, ampliar la educación, brindar atención médica y facilitar el comercio.

Sin embargo, el sistema actual de producción y consumo de estos productos también representa una amenaza. En todas las fases de la cadena de ese sistema, la extracción de materias primas, la fabricación, el transporte, la venta al por menor, el consumo y la eliminación de los electrónicos, existe una gran cantidad de recursos desperdiciados que tienen un impacto negativo en el planeta y nuestra salud.

Según un reciente informe conjunto de varias agencias de la ONU, cada año se producen aproximadamente 50 millones de toneladas de residuos electrónicos y eléctricos, los llamados “desechos electrónicos”, que equivalen al peso de todos los aviones comerciales jamás construidos. De esto, solo se recicla correctamente el 20%.

Si no se toman medidas, la cantidad de residuos se duplicará con creces para 2050, llegando a 120 millones de toneladas anuales.

[Los desechos electrónicos, una oportunidad de oro para el trabajo decente | Noticias ONU](#)

Por último de este tema ya en los factores político económico ya hablamos de la inscripción de la empresa en la REGIDAEE y del cumplimiento de normativas legales de este campo.



Tabla 3. Habilidades directivas

VALORIZACION DA CONTORNA (Atracción do mercado)

(Valorar de 1 a 4 cada unha das variábeis do cadro)

1 = NADA 2 = POCO 3 = MEDIO 4 = ALTO

VARIÁBEIS	VALOR	DIAGNÓSE	ERROS	Explicación da valorización
1. Rivalidade entre os competidores	23	3,29%		
Crescemento do mercado	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se a concorrenza ten grandes perspectivas de crecimiento e 4 se polo contrario á nosa empresa que non ten esas grandes perspectivas.
Número de competidores	2	AMEAZA - A		1 Se hai moitos competidores e 4 se hai poucos.
Activos caros e especializados	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se os activos son moi caros e especializados e 4 se son moi baratos e non especializados.
Exceso de capacidade de producción	3	OPORTUNIDADE - O		1 Se existe un exceso de capacidade de producción no sector e 4 se non existe exceso de capacidade de producción.
Rendibilidade media do sector	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se a rendibilidade media do sector é moi grande, atraendo novos competidores e 4 se é moi reducida.
Diferenciación do produto	3	OPORTUNIDADE - O		1 Se a diferenciación do producto é moi reducida e 4 se o producto pode diferenciarase amplamente.
Barreiras de saída	3	OPORTUNIDADE - O		1 Se non existen barreiras de saída do sector, xa que incentivaron a entrada de competidores no sector e 4 se existen grandes barreiras de saída.
2. Barreiras de entrada	22	3,14%		
Economías de escala	2	AMEAZA - A		1 Se non se aprecian grandes economías de escala no sector e 4 se existen grandes economías de escala.
Acceso a canles de distribución	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se o acceso ás canles de distribución é moi fácil e 4 se existen problemas para acceder ás canles de distribución.
Necesidade de capital	2	AMEAZA - A		1 Se a necesidade de capital é reducida e 4 se a necesidade de capital é grande.
Acceso á tecnoloxía	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se o acceso á tecnoloxía é fácil e 4 se existen grandes problemas para acceder á tecnoloxía.
Regulamentos ou leis limitativas	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se non existe unha regulamentación moi restritiva e 4 se existe unha regulamentación restritiva.
Trámites burocráticos	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se non existen trámites burocráticos que dificultan grandemente a posta en funcionamento e 4 se existen.
Reacción agridada actuais competidores	2	AMEAZA - A		1 Se é agridada unha grande hostilidade por parte dos competidores actuais e 4 se non é agridada hostilidade.
3. Poder de negociación dos fornecedores	11	2,75%		
Número de fornecedores	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se existe un número de fornecedores moi reducido e 4 se o número de fornecedores é grande.
Custo de mudanza de fornecedor	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se o custo de mudanza de fornecedor é grande e 4 se é moi reducido.
Possibilidade de integración "agras abajo"	1	AMEAZA - A		1 Se a posibilidade de integración vertical para ariante é moi grande (é fácil que os fornecedores asuman as actividades da empresa) e 4 se esta posibilidade é reducida.
Importancia do sector para os fornecedores	2	AMEAZA - A		1 Se a importancia do sector para os fornecedores é moi pequena e 4 se é moi grande (dependen moito del).
4. Poder de negociación dos clientes	12	2,40%		
Número de clientes	4	OPORTUNIDADE - O		1 Se o número de clientes é moi reducido e 4 se existe un grande número de clientes potenciais.
Possibilidade de integración "agras arriba"	2	AMEAZA - A		1 Se a posibilidade de integración vertical para atrás é grande (os clientes poden asumir as funcións da nosa empresa) e 4 se esta posibilidade é pequena.
Rendibilidade dos clientes	3	OPORTUNIDADE - O		1 Se a rendibilidade obtida dos clientes é moi reducida e 4 se é moi grande.
Custo de mudanza de fornecedor para o cliente	1	AMEAZA - A		1 Se o custo de mudanza de fornecedor é grande para o cliente, sendo más difícil que os clientes da concorrenza muden para a empresa e 4 se é moi reducido.
Peso da subministración sobre as vendas do cliente	2	AMEAZA - A		1 Se o peso da subministración sobre as vendas do cliente é grande e 4 se é moi reducido.
5. Produtos substitutivos	4	2,00%		
Disponibilidade de produtos substitutivos	2	AMEAZA - A		1 Se existen moitos produtos substitutivos e 4 se non existen case produtos substitutivos.
Rendibilidade e agresividade do subministrador	2	AMEAZA - A		1 Se os subministradores destes produtos obtien unha reducida rendibilidade e/ou mostran unha grande agresividade e 4 en caso contrario.
Número de veces que se anotou o valor 1	2	2		
Número de veces que se anotou o valor 2	9	18		
Número de veces que se anotou o valor 3	4	12		
Número de veces que se anotou o valor 4	10	40		
TOTAL:	72			
MEDIA:	2,88			

MERCADO CUN ATRACTIVO MEDIO

2.2. Análise da contorna específica

2.2.1. Rivalidade entre competidores existentes

No hablaremos mucho de este apartado ya que la competencia existente y actual es más bien escasa ya que hablamos de un producto que es muy específico (compra y venta de ordenadores de segunda mano) en un entorno más bien pequeño y poco explotado.

Por lo general, las empresas que entran en este ámbito se dedican a vender a medianas y grandes empresas, mientras que nosotros nos centramos en pymes y particulares, que tienen el local de una manera más directa y asequible.

También frente a la competencia tenemos una gran ventaja y es que además de su pequeño número es que somos tres socios por lo cual podemos soportar una carga de trabajo mayor y poder cumplir con las expectativas de las empresas que necesiten un mayor volumen de equipos, un plazo más corto para la entrega de equipos o ambas. Las pocas empresas que ya están en el sector suelen contar con tan solo un empleado, lo cual les impide competir de esta manera con nuestra empresa.

2.2.2. Poder de negociación dos clientes

En este punto el poder de negociación de los clientes es bastante más potente ya que tienen una gran cantidad de posibles suministradores del producto. Pero nuestra empresa se diferencia del resto en nuestra capacidad de venta de los productos con un coste mucho más reducido que las demás empresas ofertantes.

Además aquí competimos con empresas de gran calado que cuentan con un mayor margen de beneficios que nosotros, y que pueden contar con clientes ya fidelizados.

Por todo esto debemos tener en cuenta que nuestro poder de negociación aunque no es nulo, no es muy elevado.

2.2.3. Poder de negociación dos proveedores

Las únicas empresas o entidades que entran dentro de la compra de productos para venderlos serían entidades del tipo CashConverter, las cuales, con respecto a material informático, apenas ofrecen cantidades decentes por lo que solo son operativos en situaciones desesperadas, de ahí que nuestro aprovisionamiento sea fácil.

Por otra parte, las empresas suelen ser una fuente de renovación constante de equipos ordenadores, momento en el que nosotros ganamos por las dos partes, tanto en la venta de los productos como en la adquisición de los mismos. Estas empresas se ven obligadas a pagar por deshacerse de manera adecuada de estos productos o a venderlos para ahorrarse este pago. También es reseñable que no pueden ni quieren tener almacenadas grandes cantidades de equipos informáticos que les restan espacio y al mismo tiempo pierden valor gradualmente con el paso del tiempo, por lo que almacenarlos es la peor decisión para las mismas.

En este punto la venta de los mismos son todo ventajas y preferirán vender un lote entero a una empresa como Rialex que perder tiempo y recursos vendiendo de manera individual los equipos a particulares o a empresas que tan solo compren cantidades pequeñas.

Todo lo anterior unido a la poca competencia con la que cuenta Rialex hace que el poder de negociación con los proveedores nos sea muy favorable

2.2.4. Ameaza de entrada de novos competidores

Los nuevos competidores lo tendrán más complicado ya que el tamaño de mercado no es realmente grande y al estar ya nosotros explotando tendrían muchos problemas para captar nuevos compradores y ganarse su confianza.

Partiendo de lo reducido del nicho, de lo dura que sería la competencia y de su complejidad para hacer clientes que ya probablemente ya estén fidelizados a nuestra empresa hace que la perspectiva de intentar competir contra nosotras mueva a los nuevos competidores a invertir en nuestra zona sino en otras.

2.2.5. Ameaza de productos substitutivos

Nuestro producto es el servicio principalmente, un servicio especializado que no cualquiera puede prestar, sumado a las características del apartado anterior de establecerse nuevos competidores hacen que sea una posibilidad muy remota la aparición de “productos sustitutivos”.

2.3. Plano de marketing

2.3.1. Estratexia de produto ou servizo

Nuestro producto será vendido como “verde” lo cuál tiene encanto comercial en los tiempos que corren con la importancia del cambio climático, lo principal será centrar el marketing del producto en que es reutilizable pero de uso perfectamente adecuado.

Por otro lado, satisface 2 necesidades que se complementan entre ellas. Primero, la necesidad de “deshacerse” de equipos ya no utilizados o “viejos”, a cambio de una cuantía aunque sea pequeña. Por otro lado, la necesidad de un equipo informático para trabajar o jugar que satisfaga tus necesidades.

De esta manera se hace un “triple win”:

- Los clientes proveedores reciben gratificación económica en lugar de deshacerse de los residuos posiblemente de mala manera.
- Los clientes ordinarios consiguen satisfacer su necesidad con garantías y un precio menor al habitual.
- El medio ambiente agradece la reutilización de los materiales, aprovechando al máximo su vida útil.

Además, como producto ampliado encontramos la posible instalación en casa de los equipos o periféricos, la garantía de mantenimiento o el envío a domicilio.

Teniendo en cuenta lo anterior, la estrategia más conveniente en cuanto al producto sería la de diferenciación, consolidando un nombre del comercio tecnológico verde, la calidad y el servicio personalizado.

2.3.2. Estratexia de prezo

El precio será perfectamente competitivo ya que al ser producto reacondicionado “reciclado” abaratamos el precio de producción lo cual afectará al precio final a la hora de que lo compre el cliente.

Teniendo en cuenta lo anterior, son varias las opciones de estrategia de producto que se pueden llevar a cabo:

-Precio paquete: Colocar un equipo con periféricos o varios periféricos en un pack que sale más económico por unidad que comprándolos por separado

-Es muy importante en nuestro caso crear unos precios de penetración muy competentes, dando cantidades generosas a los clientes por los equipos o periféricos para tener más material con el que trabajar y darse a conocer, además de precios estándar de otros servicios o bienes de consumo.

2.3.3. Estratexia de distribución

La importancia para la distribución del producto es que lo tendrás accesible tanto en tienda como en entrega a domicilio, dentro de las cercanías de Vigo podremos llevar nosotros personalmente el producto en una furgoneta híbrida.

Además la distribución no es uno de nuestros problemas principales ya que no suele ser un gran problema el tiempo que espera el cliente para recibir el producto (no necesitan el producto en un momento determinado sino que podemos distribuirlo a lo largo de varias horas o incluso días).

Por otra parte, la distribución no es la actividad más habitual dentro de nuestra empresa, sino que se realizará en momentos concretos que el cliente establecerá.

2.3.4. Estratexia de promoción

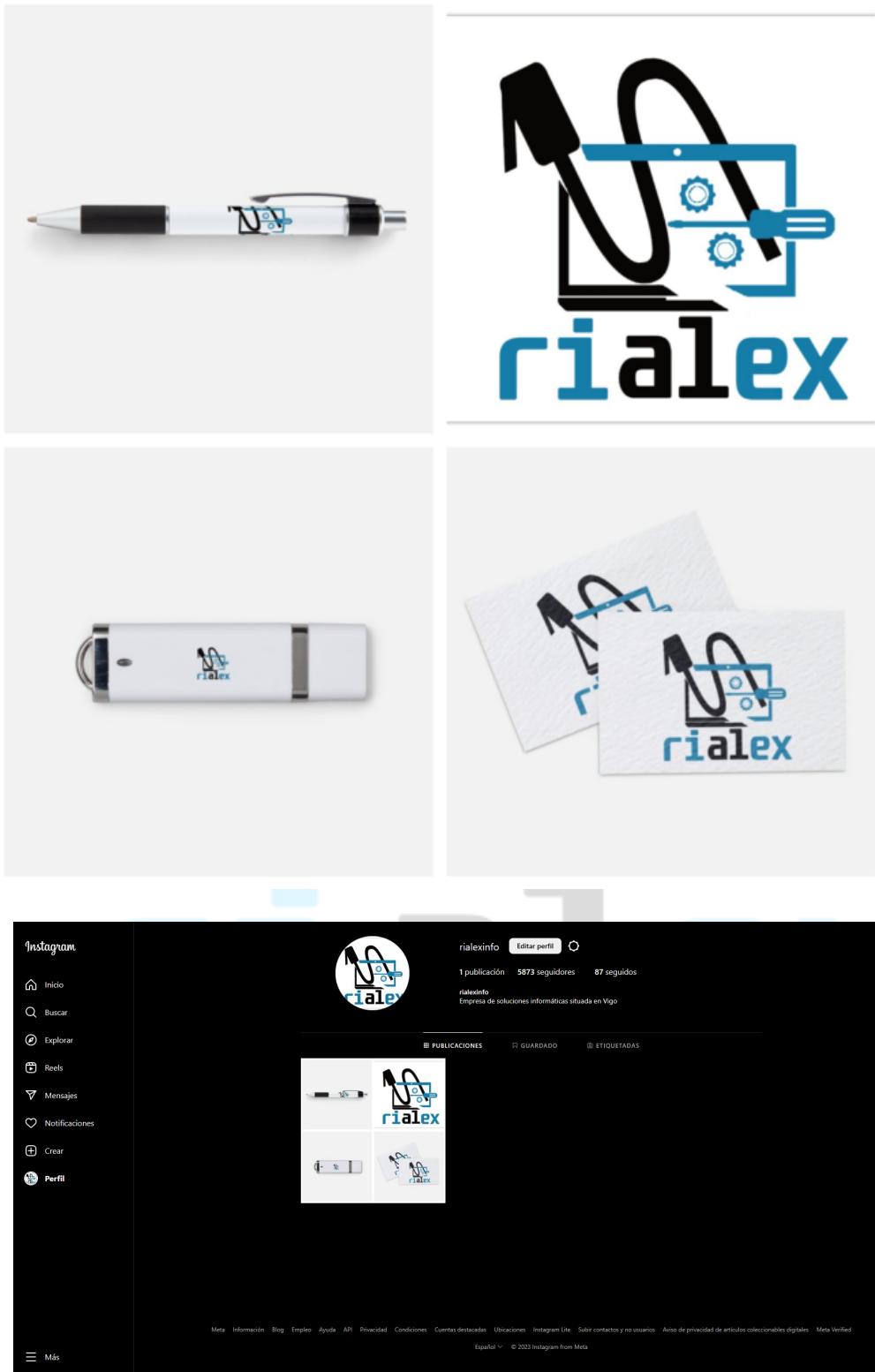
Nuestra estrategia de promoción se centrará principalmente dentro de los campos del merchandising, la publicidad y la fidelización, todas de igual importancia para poder hacerse ver entre particulares y pymes:

En cuanto a la publicidad, será principalmente vía redes sociales (instagram, facebook y tiktok) dando una imagen verde pero más o menos juvenil aunque sea un producto para todos, pero dándole un toque serio, para que tanto los jóvenes no pierdan el interés como para que la gente más mayor le de esa sensación de verse más jóvenes al adquirir nuestro producto verde y también será importante la buena opinión de nuestros clientes. Todo esto sin dejar al lado un buen posicionamiento [web](#) con SEO.

Sin dejar de pensar en el hecho de que la gente prefiere comprar productos en empresas que cree conocer (las redes sociales dan muchas veces esa falsa imagen de familiaridad a la persona que las ve).

El merchandising se centraría en pequeños detalles tecnológicos como pendrives o alfombrillas de ratón con información de la empresa, así como la colocación de ciertos elementos a la venta dentro del local.

Además, en el local se encontrará de cara al público una cristalera que da hacia el interior del taller, donde siempre habrá al menos 1 trabajador, dejando así transparencia de nuestro trabajo y dando una imagen de seriedad y de compromiso con la que otras empresas pueden no contar.



2.4. Análises DAFO e CAME

2.4.1. Análise DAFO

ANÁLISE DAFO		
VARIÁBEL	DEBILIDADES	FORTALEZAS
1		O/a promotor/a posúe iniciativa
2		O/a promotor/a posúe disponibilidade
3		O/a promotor/a supera o desánimo
4		O/a promotor/a posúe afán polo traballo ben feito
5		O/a promotor/a posúe gusto pola competencia
6		O/a promotor/a asume riscos controlados
7		O/a promotor/a toma de decisións de maneira meditada
8		O/a promotor/a soporta a incerteza e a tensión
9		O/a promotor/a finaliza os traballos que emprende
10		O/a promotor/a posúe unha mentalidade aberta
11		O/a promotor/a sabe planificar
12		O/a promotor/a sabe organizarse
13		O/a promotor/a posúe capacidade de adaptación
14		O/a promotor/a é tolerante
15		O/a promotor/a sabe vender as súas ideas
16		O/a promotor/a sabe negociar
17		O/a promotor/a é perseverante
18		O/a promotor/a é optimista
19		O/a promotor/a posúe confianza e coñecemento en si propio
20		O/a promotor/a posúe facilidade para xerar novos contactos
21		O/a promotor/a posúe espírito independente
22		O/a promotor/a posúe gusto polo triunfo
23		O/a promotor/a sabe solucionar conflitos
VARIÁBEL	AMEAZAS	OPORTUNIDADES
1		Boas perspectivas de crecemento
2	Molitos competidores	
3		Compra accesible de activos
4		Capacidade de producción sen excedentes
5		Rendibilidade media do sector reducida
6		Alta diferenciación de produtos
7		Existen barreiras de saída no sector
8		
9	Non son apreciadas economías de escala	Dificultade de acceso ás canles de distribución
10	Reducidas necesidades de capital	
11		Difícil acceso á tecnoloxía
12		Existe normativa que dificulta a producción
13		Dificultade na tramitación burocrática
14		
15	Os competidores reaccionan rapidamente	Elevado número de fornecedores no sector
16		A mudanza de fornecedor non carreta grandes custos
17		
18	É fácil unha integración para adiante	Elevado número de clientes aos que atender
19	Pouca importancia do sector para os fornecedores	
20		A rendibilidade dos clientes é grande
21		
22	Fácil integración para atrás	
23		
24	Mudar de fornecedor carreta un custo ao cliente	
25	As vendas assimilan en demasia o custo de compras	
	Existen moitos produtos substitutivos no sector	
	Dáse unha política agresiva por parte dos fornecedores	

2.4.2. Análise CAME

ANÁLISE CAME

VARIÁBEL	CORRIR AS DEBILIDADES	MANTER AS FORTALEZAS
1		No desviar el objetivo final de la empresa
2		Mantener compacto el equipo, ayudándonos todos
3		Seguir formándose en nuevas tecnologías
4		Estar atentos a la actualidad de la tecnología y el sector
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
VARIÁBEL	ATENUAR AS AMEAZAS	EXPLOTAR AS OPORTUNIDADES
1	Conocer más a fondo a los competidores	Buscar constantemente clientes
2		
3	Afianzarse bien en el mercado para evitar parte de la competencia	Hacerse ver en la localidad y alrededores
4		Mantener buen contacto y fidelizar a los clientes
5		Mantenerse al día en novedades tecnológicas
6	Hacer destacar la sostenibilidad del producto (Ya lo hace al ser producto verde)	
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		



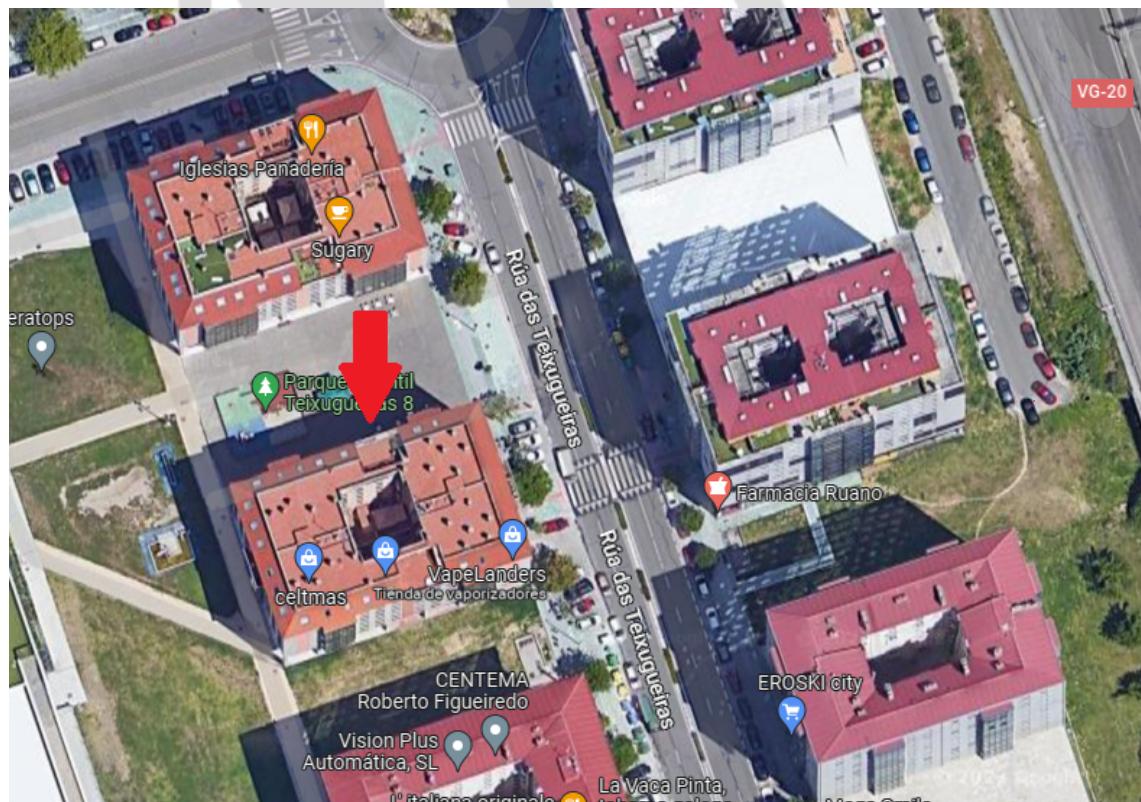
3. ANÁLISE OPERATIVA

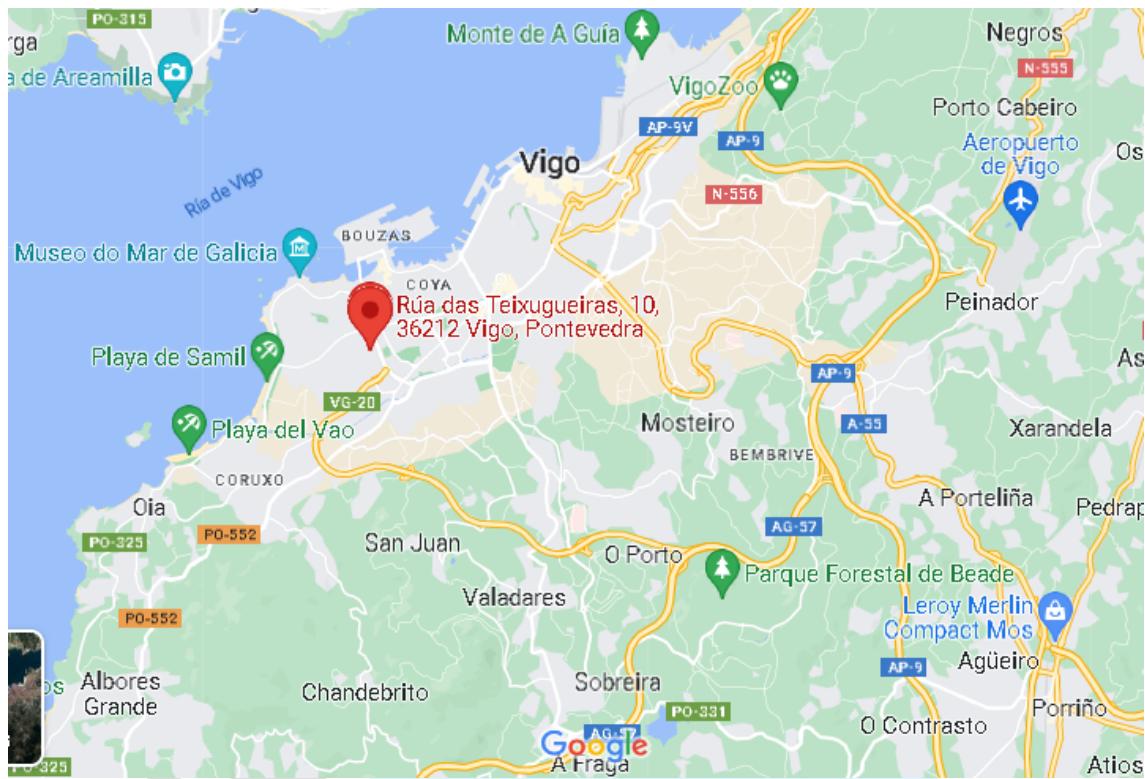
3.1. VIABILIDADE DA EMPRESA

3.1.1. Localización da empresa

La empresa se localiza en calle [Teixugueiras, nº 10, Alcabre, Vigo.](#)

Una zona urbana en pleno crecimiento llena de diferentes empresas que ocupan bajos como el que se alquila en este caso.





Tal y como podemos observar además nos encontramos en un punto bastante central de Vigo al mismo tiempo.

Cercanía y posibilidad de desplazamiento a cualquier lugar del ámbito local, que inicialmente es dónde se realizarán las acciones del negocio.

3.1.2. Plano de investimentos

Con el capital social metido inicialmente en la empresa, no se requiere de otras acciones para poner esta en funcionamiento a priori.

Sin embargo, sí es cierto que con el tiempo nos encontraremos ante una liquidez general muy alta, por lo que parte de los excedentes que vayan saliendo se pueden invertir en diversas funcionalidades de cara a hacer crecer el negocio.

3.1.2.1. Orzamento de inmobilizaciones

Nº CONT A	DESCRIPCIÓN CONTA	VALOR DE ADQUISICIÓN	% IVA	COTA IVA	IMPORTE TOTAL	AMORTIZACIÓN FISCAL		
						% AMORT.	AMORTIZACIÓN	VIDA
(206)	APLICACIONES INFORMÁTICAS	0,00	21,00%	0,00	0,00	26,00%	0,00	3,85
(210)	TERRENOS	0,00	21,00%	0,00	0,00	0,00%	0,00	0,00
(211)	CONSTRUCCIONES	0,00	21,00%	0,00	0,00	3,00%	0,00	33,33
(213)	MAQUINARIA	222,00	21,00%	46,62	268,62	12,00%	26,64	8,33
(214)	FERRAMENTAS	5.753,00	21,00%	1.208,13	6.961,13	30,00%	1.725,90	3,33
(216)	MOBLAXE	2.099,68	21,00%	440,93	2.540,61	10,00%	209,97	10,00
(217)	EQUIPAS PROCESOS INFORMACIÓN	5.127,00	21,00%	1.076,67	6.203,67	26,00%	1.333,02	3,85
(218)	ELEMENTOS TRANSPORTE	0,00	21,00%	0,00	0,00	16,00%	0,00	6,25

3.1.3. Plano de aprovisionamiento

Cuando se compra una remesa grande de ordenadores se crea un nuevo plan de aprovisionamiento para poder cubrir las posibles necesidades de reparación de los equipos.

Por ejemplo, si conseguimos 50 ordenadores de sobremesa hp Pro desk, tendremos que hacer un encargo de cara a las posibles necesidades que podamos tener con las limitaciones y características del equipo a tener en cuenta.

Sin embargo, también se tendrán diferentes herramientas y elementos mínimos para cubrir posibles necesidades de reparación de particulares o montaje de equipos personalizados a necesidades concretas.

Para las estimaciones, se considera que tanto ordenadores, como smartphones, como tablets o como impresoras tienen precios similares siempre que sean de la misma gama, por lo que los elementos de gama alta, media o baja pueden formar parte de cualquiera de los dispositivos.

3.1.3.1. Orzamento de aprovisionamento inicial

10 tarjetas gráficas (1 para pruebas) 170€

20 fuentes de alimentación 20€

40 ventiladores 5€

RAM DDR4

16gb ram 32€

RAM DDR3

20 tarjetas ram de 8 gb 20€

10 tarjetas ram de 4 gb 13€

20 placas base 75€

5 i3 70€

5 i5 150€

2 i7 200€

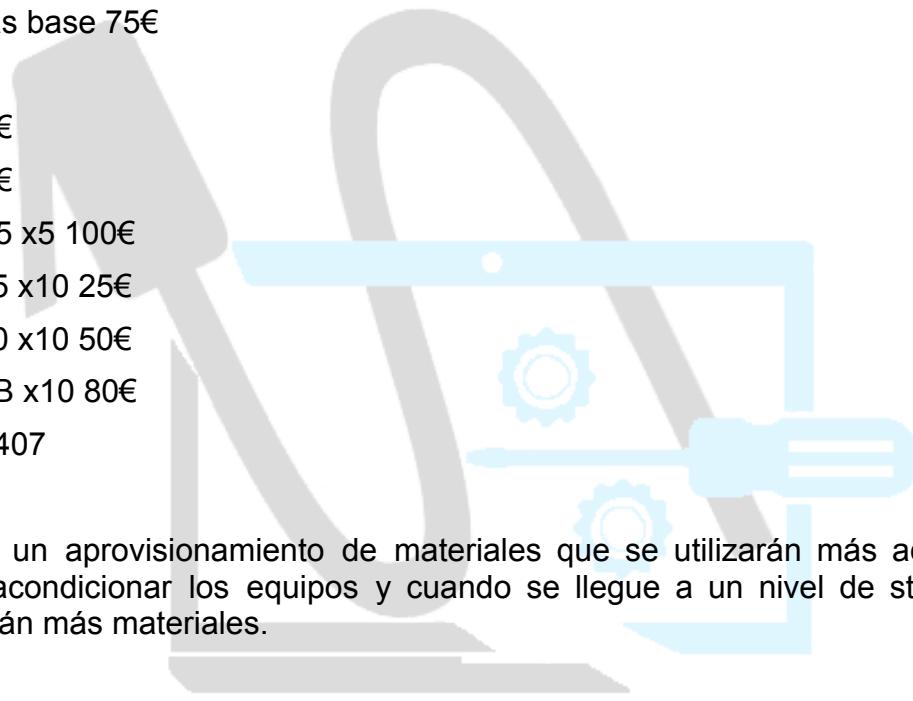
VME 255 x5 100€

SSD 255 x10 25€

SSD 500 x10 50€

SSD 1TB x10 80€

Total : 5407



Este es un aprovisionamiento de materiales que se utilizarán más adelante para reacondicionar los equipos y cuando se llegue a un nivel de stock se comprarán más materiales.

3.1.3.2. Orzamento de gastos xerais

GASTOS	Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro
Gastos de constitución	760,00											
Aluguer do local	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Servizos profesionais independentes												
Gas												
Telefono	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Material de escritorio												
Publicidade	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Renting Fурго	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Reparacions e manutención												
Roupa de traballo	354,00											
Produtos de limpeza	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Gasóleo	60,00											
TOTAL	2.344,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00
IVA 21%	492,24	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70	245,70
Enerxía eléctrica	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
IVA 5%	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Primas de seguros												
Comisións bancarias												
Taxas												
IAE												
IBI												
IVTM												
TOTAIS	2.544,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00	1.370,00

3.1.4. Plano de producción

Previsión de la Demanda: La demanda más alta será en los productos pc de gama baja, por ello deberemos disponer de mayor cantidad de hardware de baja gama, menos de media y poco de gama alta.

Identificar los recursos que son necesarios para atender la demanda: Será necesario una gran cantidad de hardware baja gama, media de gama media y baja de gama alta, para producir pcs dispondremos de un operario que es autónomo, con salario de 1500€.

Desarrollo de las estrategias a seguir en los procesos de producción: Estas estrategias serán dirigidas por el director de operaciones en coordinación con el jefe de producción y otros miembros clave del equipo de la Supply Chain. Plan de seguimiento de la demanda, con el que adaptamos el ritmo de producción a las necesidades de la demanda.

Analizar la capacidad de la empresa para resolver conflictos: Para evitar la falta de alguna pieza de hardware compraremos nuevos recambios cuando lleguemos a stock de 5pz, en caso de que un cliente no esté contento con el servicio se revisará y en caso de que la culpa sea nuestra correremos los gastos de la reparación.

3.2. Viabilidad organizativa

3.2.1. Plano de recursos humanos

Para elaborar el plan de recursos humanos primero debemos tener en cuenta los perfiles necesarios para cada puesto de trabajo.

En nuestra empresa somos tres socios y 10 trabajadores, siendo principalmente 5 nuestras funciones generales.

- Comercial: Buscar potenciales clientes
- Producción: El trabajo en el taller, realizar la puesta a punto de los equipos.
- Financiero/Contable: La persona encargada de llevar las cuentas y un control del inventario.
- Distribución: Llevar los repartos, recogidas y entregas a domicilio en la furgoneta.
- Imagen pública: El encargado de estar en la tienda para poder tratar con los clientes que visiten el local.

Una vez tenemos organizadas las posibles funciones a desarrollar (aunque de momento de manera poco detallada) planteamos la cantidad de personas que deben ocupar un puesto.

El puesto social debido a que no debería tener grandes picos de carga podemos mantenerlo con tan solo una persona, es muy raro que en una tienda de informática tengamos varias peticiones simultáneas de diferentes clientes que tengamos que resolver en el momento, a diferencia de otras empresas como podrían ser bares o restaurantes.

En cambio sí que podemos llegar a necesitar dos personas en la parte técnica, ya sea porque tenemos que realizar varias reparaciones, o preparar nuevos equipos en un corto periodo de tiempo.

De esta manera y viendo que en el ámbito técnico los tres socios tenemos la misma formación y conocimientos deberemos plantearnos tan solo quien ocupará de la parte social, y para esto nos ayudaremos de la herramienta de diagnósticos de actitudes emprendedoras, en concreto usaremos los campos de "Importancia de dinero", "Comunicación y capacidad comercial", "Orientación al mercado" y "Actitud al cambio y reconocimiento externo".

Es importante tener en cuenta que realmente esto tan solo es algo referencial, ya que cualquiera puede llegar a desempeñar el puesto de cualquiera de los otros dos en un momento de necesidad.

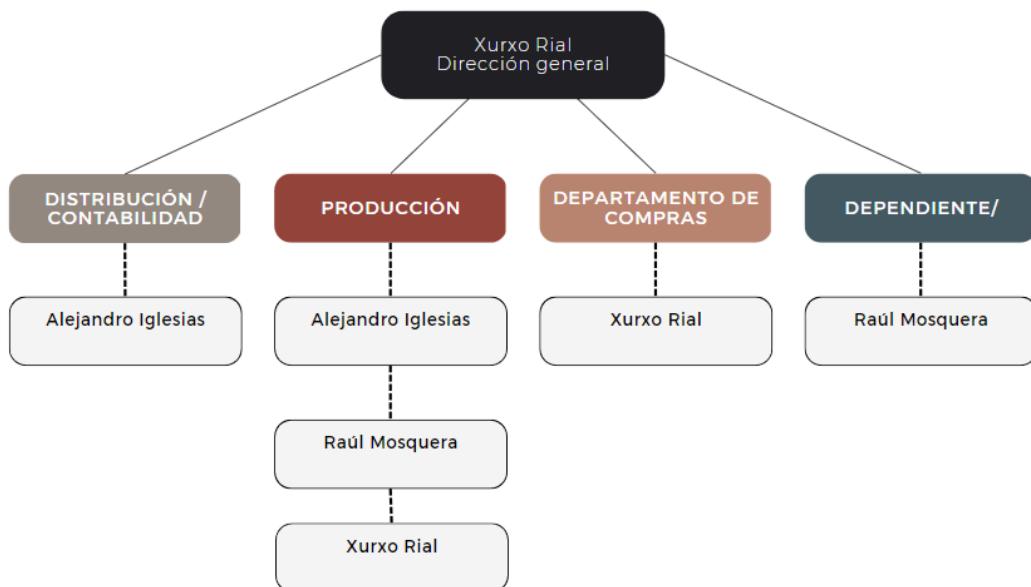
Una vez ya tenemos decididos los dos puestos (técnicos y atención al cliente) y quienes lo van a realizar, faltan por decidir las políticas operativas (quien y en qué horario va a realizar los siguientes horarios).

Organigrama.

En la empresa la organización será simple. Al ser los 3 quienes trabajamos no habrá un jefe real, los 3 gestionaremos las diferentes actividades turnándose para evitar el desgaste emocional de realizar solo 1 actividad.

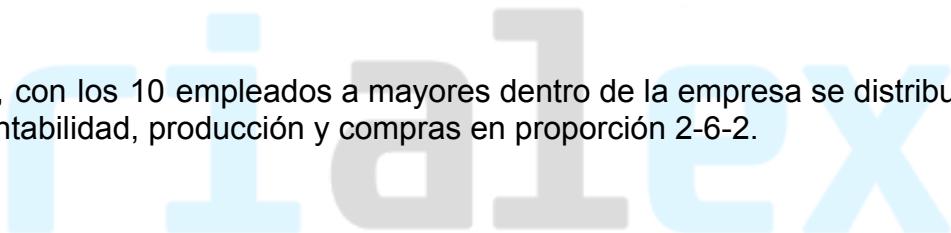
Organigrama de empresa

SOLUCIONES RIALEX



www.rialex.es

Además, con los 10 empleados a mayores dentro de la empresa se distribuirán entre contabilidad, producción y compras en proporción 2-6-2.



3.2.1.1. Orzamento de recursos humanos

Se contemplan los 3 socios:

PROMOTOR/A 1		Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Retribucións		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Cota RETA societarios/as		310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00
Ingreso a conta s/cota RETA societarios/as		31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	372,00	372,00	372,00	372,00	372,00
Pagas extras														1.500,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
% Retención para o IRPF		10,00%												303,10	2.137,20	2.137,20	2.137,20	2.137,20
PROMOTOR/A 2		Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Retribucións		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Cota RETA societarios/as		310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00
Ingreso a conta s/cota RETA societarios/as		31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	372,00	372,00	372,00	372,00	372,00
Pagas extras														1.500,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
% Retención para o IRPF		10,00%												303,10	2.137,20	2.137,20	2.137,20	2.137,20
PROMOTOR/A 3		Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Retribucións		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Cota RETA societarios/as		310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00	3.720,00
Ingreso a conta s/cota RETA societarios/as		31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00	372,00	372,00	372,00	372,00	372,00
Pagas extras														1.500,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
% Retención para o IRPF		10,00%												303,10	2.137,20	2.137,20	2.137,20	2.137,20

Los 10 empleados, con mismas retribuciones brutas:

TRABALLADOR/A 1		Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Retribución básica		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Complementos														0,00				
Pagas extras														1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
% Retención para o IRPF		10,00%												120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
% Deducción CC traballador/a		4,70%												70,50	70,50	70,50	70,50	70,50
% Deducción DES traballador/a		1,55%												23,25	23,25	23,25	23,25	23,25
% Deducción FP traballador/a		0,10%												1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
% SS empresa CC		23,60%												354,00	354,00	354,00	354,00	354,00
% SS empresa DESEMPREGO		5,50%												82,50	82,50	82,50	82,50	82,50
% SS empresa FP		0,60%												9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
% SS empresa FOGASA		0,20%												3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
% SS empresa IT		0,80%												12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
% SS empresa IMS		0,70%												10,50	10,50	10,50	10,50	10,50

Y estos serían los resultados totales:

PERSONAL		Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Retribucións líquidas		14.032,00	14.032,00	14.032,00	14.032,00	14.032,00	28.882,00	14.032,00	14.032,00	16.192,00	14.032,00	14.032,00	28.882,00	200.244,00				
Retencíons IRPF		1.659,30	1.659,30	1.659,30	1.659,30	1.659,30	3.309,30	1.659,30	1.659,30	1.899,30	1.659,30	1.659,30	3.309,30	23.451,60				
Deduccíons SS traballadores/as		901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70	901,70
SS a cargo da empresa		4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60	4.314,60
TC1		5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30
Cotas RETA societarios/as		930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00

Las participaciones estarán divididas a partes iguales entre los 3 socios según la aportación estimada de Capital (4000 cada uno).

En estas condiciones, las actuaciones de administración se llevarán a cabo en un consejo de administradores donde se decide el proceder de la empresa por mayoría, y los 3 socios iniciales se darán de alta como autónomos siendo administradores y trabajadores.

4. VIABILIDADE ECONÓMICA FINANCIERA

4.1. Orzamento de vendas

A la hora de la estimación general de ventas y ganancias, se toman como referencia 3 grandes grupos de productos: alta, media y baja gama. Esta clasificación nos es muy útil ya que en general tanto equipos de sobremesa, como portátiles, como tablets pueden agruparse en esas gamas con precios similares.

- Alta: 800-2000 €
- Media 500-800 €
- Baja 150-500 €

Con este criterio, haciendo una estimación total de ventas por cada una de las gamas a lo largo del mes se puede estimar las ventas.

4.2. Plano de financiamento

Viendo que de entrada contamos con un capital social de 12.000€ y que no los vamos a gastar por completo el primer mes con las inversiones iniciales, de esa cantidad saldrá el financiamiento principal hasta que la empresa consiga dar beneficios y podamos asignar una parte de los mismos a su propio financiamiento.

Probablemente en caso de necesitarlo (para la compra de un lote de ordenadores que los primeros meses no podamos financiar directamente por ejemplo), podríamos pedir un préstamo al banco y pagarlo posteriormente cuando consigamos dar salida a los equipos y recuperar la inversión.

Aunque la idea principal es no necesitar este tipo de financiación sino conseguir rápidamente unas ganancias que nos permitan no depender de préstamos y créditos bancarios y evitar pagar intereses.

4.3. Análise dos custos

El primer mes de funcionamiento de la empresa tendremos un gasto total de 11237,32€ (2300 de “orzamento de gastos xerais”, 7682,23€ de “orzamento de aprovisionamento inicial” y 2485,09 de € “orzamento de inmobilizacións”).

Posteriormente a esta cifra habrá que añadir el coste variable de los lotes de ordenadores que compremos y de los aprovisionamientos que tengamos que realizar a mayores o que necesitemos reponer, pero esta cifra por el momento no lo podemos suponer ya que dependerá del volumen de compras que realicemos, de los equipos que se compren y de los precios acordados para hacerlo.

Lo que sí podemos saber es que cada mes de gastos fijos tendremos que pagar alrededor de 1100€.

4.4. Cálculo do límitar de rendibilidade

ARTIGO (i)	PREZO DE	CUSTO	(V/P)	1 - (V/P)	VENDAS	% DE VENDAS	CONTRIBUCIÓN	LÍMITAR DE	CUSTO VARIÁBEL
PRESTACIÓN DE SERVIZOS	25,00		0,00	1,00	200.000,00	0,375375	0,3753754	7.469	
PRODUTO 1	1.200,00	720,00	0,60	0,40	168.000,00	0,315315	0,1261261	131	100.800,00
PRODUTO 2	500,00	310,00	0,62	0,38	150.000,00	0,281532	0,1069820	281	93.000,00
PRODUTO 3	200,00	134,00	0,67	0,33	14.800,00	0,027778	0,0091667	70	9.916,00

Encontramos en la tabla anterior un buen resumen de los costes y estadísticas de ventas para cada uno de los productos esenciales y servicios en relación al total de ingresos.

En este caso, aunque se podrían hacer diferentes combinaciones entre las cantidades de productos para encontrar el umbral de rentabilidad, se toma en cuenta el porcentaje de cada uno sobre el total.

De esta manera vemos cómo serían necesarias 7469 horas de servicios anuales, y en lo que respecta a los productos:

- Gama alta : 70 unidades
- Gama media: 281 unidades
- Gama baja: 131 unidades

4.5. Estados contábeis

4.5.1. Balance de situación

NÚMERO CONTAS	PATRIMONIO LÍQUIDO E PASIVO	NOTAS DA MEMORIA	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
	A) PATRIMONIO LÍQUIDO		28.412,45	59.366,30	113.445,64	183.134,69	269.213,93
	A-1) Fondos propios.		28.412,45	59.366,30	113.445,64	183.134,69	269.213,93
100, 101, 102 (1030), (1040)	I. Capital.		12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
110	1. Capital escritorado.		12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
112, 113, 114, 119 (108), (109)	II. Prima de emisión.						
120, (121)	IV. (Acciones e participaciones en patrimonio propias).						
118	V. Resultados de exercicios anteriores.		16.412,45	47.366,30	101.445,64	171.134,69	
129 (557)	VI. Outras contribuições de socios.						
130, 131, 132	VII. Resultado do exercício.		16.412,45	30.953,84	54.079,34	69.689,05	86.079,24
	VIII. (Dividendo a conta).						
14	A-2) Subsidios, doazóns e legados recibidos.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1605, 170	B) PASIVO NON CORRENTE						
1625, 174	I. Provisões a longo prazo.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1615, 1635, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 179, 180, 184	II. Débedas a longo prazo.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1603, 1604, 1613, 1614, 1623, 1624, 1633, 1634 479	1. Débedas con entidades de crédito.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
181	2. Acredores por aluguer financeiro.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3. Outras débedas a longo prazo.						
499, 529	III. Débedas con empresas do grupo e asociadas a longo prazo.						
5105, 520, 527 5125, 524	IV. Pasivos por impostos diferidos.						
(1034), (1044), (190), (192), 194, 500, 505, 506, 509, 5115, 5135, 5145, 521, 523, 525, 526, 528, 551, 5525, 555, 5565, 5566, 5595, 560, 561 5103, 5104, 5113, 5114, 5123, 5124, 5133, 5134, 5143, 5144, 5523, 5524, 5563, 5564	V. Periodificacións a longo prazo.						
400, 401, 403, 404, 405, (406) 41, 438, 465, 475, 476, 477 485, 568	C) PASIVO CORRENTE		44.122,32	65.616,90	76.981,64	84.081,63	92.707,58
	I. Provisões a curto prazo.						
	II. Débedas a curto prazo.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1. Débedas con entidades de crédito.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2. Acredores por aluguer financeiro.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3. Outras débedas a curto prazo.						
	III. Débedas con empresas do grupo e asociadas a curto prazo.						
	IV. Acredores comerciais e outras contas a pagar.		44.122,32	65.616,90	76.981,64	84.081,63	92.707,58
	1. Fornecedores.		11.293,70	25.159,98	27.172,78	28.531,41	29.957,99
	2. Outros acredores.		32.828,62	40.456,93	49.808,86	55.550,22	62.749,60
	V. Periodificacións a curto prazo.						
	TOTAL PATRIMONIO LÍQUIDO E PASIVO (A+B+C)		72.534,77	124.983,20	190.427,27	267.216,32	361.921,51

NÚMERO CONTAS	CONTA DE PERDAS E LUCROS	NOTAS DA MEMORIA	(Debe) Haber				
			1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
(64) (62), (631), (634), 636, 639, (65), (694), (695), 794, 7954	6. Gastos de persoal.		-64.116,00	-86.436,00	-86.436,00	-86.436,00	-86.436,00
	7. Outros gastos de explotación.		-15.094,00	-26.148,00	-26.148,00	-26.148,00	-26.148,00
(68)							
746	8. Amortización das immobilizacions.		-2.095,43	-2.095,43	-2.095,43	-2.095,43	-2.095,43
7951, 7952, 7955 (670), (671), (672), (690), (691), (692), 770, 771, 772, 790, 791, 792	9. Imputación de subvencions de immobilizacions non financeiras e outras.						
	10. Excesos de provisións.						
	11. Deterioracións e resultado por alleamento das immobilizacions.						
760, 761, 762, 769 (660), (661), (662), (664), (665), (669)	A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)		19.210,57	913,97	18.252,98	38.192,84	61.123,68
(663), 763 (668), 768 (666), (667), (673), (675), (696), (697), (698), (699), 766, 773, 775, 796, 797, 798, 799	12. Ingresos financeiros.						
	13. Gastos financeiros.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	14. Variación de valor razoñable en instrumentos financeiros.						
	15. Diferenzas de troco.						
	16. Deterioracións e resultado por alleamento dos instrumentos financeiros.						
	B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B)		19.210,57	913,97	18.252,98	38.192,84	61.123,68
	17. Impostos sobre lucros.		-4.802,64	-228,49	-4.563,24	-9.548,21	-15.280,92
(6300)*, 6301*, (633), 638	D) RESULTADO DO EXERCICIO (C-17)		14.407,93	685,48	13.689,73	28.644,63	45.842,76

4.5.2. Conta de perdas e lucros

Resultados muy favorables ya que todos los años terminan con números positivos sin necesidad de extras o créditos.

NÚMERO CONTAS	CONTA DE PERDAS E LUCROS	NOTAS DA MEMORIA	(Debe) Haber	(Debe) Haber	(Debe) Haber	(Debe) Haber	(Debe) Haber
			1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
700, 701, 702, 703, 704, 705, (706), (708), (709) (6930), 71*, 7930 73	1. Importe líquido da cifra de negocios. 2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación. 3. Traballois realizados pola empresa para o seu activo. 4. Aprovisionamentos.		532.800,00	635.964,00	686.841,12	721.183,18	757.242,33
(600), (601), (602), 606, (607), 608, 609, 61*, (6931), (6932), (6933), 7931, 7932, 7933 740, 747, 75 (64)			-203.716,00	-250.539,08	-270.582,21	-284.111,32	-298.316,88
(62), (631), (634), 636, 639, (65), (694), (695), 794, 7954 (68) 746 7951, 7952, 7955 (670), (671), (672), (690), (691), (692), 770, 771, 772, 790, 791, 792	5. Outros ingresos de explotación. 6. Gastos de persoal. 7. Outros gastos de explotación. 8. Amortización das inmobilizacions. 9. Imputación de subvencións de inmobilizacions non financeiras e outras. 10. Excesos de provisións. 11. Deterioracions e resultado por alleamento das inmobilizacions.		0,00 -286.291,20 -17.614,00 -3.295,53	-309.669,60 -31.188,00 -3.295,53	-309.669,60 -31.188,00 -3.295,53	-309.669,60 -31.188,00 -3.295,53	-309.669,60 -31.188,00 -3.295,53
760, 761, 762, 769 (660), (661), (662), (664), (665), (669) (663), 763 (668), 768 (666), (667), (673), (675), (696), (697), (698), (699), 766, 773, 775, 796, 797, 798, 799	A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)		21.883,27	41.271,79	72.105,79	92.918,73	114.772,32
	12. Ingresos financieros. 13. Gastos financieros. 14. Variación de valor razonable en instrumentos financieros. 15. Diferencias de troco. 16. Deterioracions e resultado por alleamento dos instrumentos financieros.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(6300)*, 6301*, (633), 638	B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B)		21.883,27	41.271,79	72.105,79	92.918,73	114.772,32
	17. Impostos sobre lucros.		-5.470,82	-10.317,95	-18.026,45	-23.229,68	-28.693,08
	D) RESULTADO DO EXERCICIO (C+17)		16.412,45	30.953,84	54.079,34	69.689,05	86.079,24



4.5.3. Orzamento de tesouraría

ESTADO DE FLUXOS DE EFECTIVO	Xaneiro	Febreiro	Marzo	Abril	Mai	Xuño	Xullo	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Decembro	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Tesouraría																	
COBRANZAS																	
ENTRADA EN CAIXA POR VENDAS/PREST. SERV.	25.894,00	60.076,50	75.141,00	73.507,50	62.557,00	47.734,50	32.549,00	29.282,00	55.478,50	67.276,00	52.514,00	44.467,50	626.477,50	755.663,76	828.512,70	870.900,23	914.445,24
CAPITAL		12.000,00											12.000,00				
PRÉSTAMO	0,00												0,00				
SUBSIDIOS																	
TOTAL COBRANZAS	37.894,00	60.076,50	75.141,00	73.507,50	62.557,00	47.734,50	32.549,00	29.282,00	55.478,50	67.276,00	52.514,00	44.467,50	638.477,50	755.663,76	828.512,70	870.900,23	914.445,24
PAGAMENTOS																	
INMobilizACIOnES																	
1. Inmobilizaciones intangibles	0,00												15.974,03	0,00	0,00	13.164,80	0,00
2. Inmobilizaciones materiales	15.974,03												0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Inmobilizaciones financieras													15.974,03	0,00	0,00	13.164,80	0,00
SAÍDA DE CAIXA POR APROVISIÓN. / COMPRAS	0,00	18.679,10	23.182,50	27.685,90	23.035,10	23.624,70	14.323,10	14.470,50	14.028,30	36.840,10	19.121,30	19.121,30	234.111,90	288.053,45	324.060,51	341.018,33	358.069,25
SERVICIOS EXTERIORES	3.046,24	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	1.625,70	20.928,94	37.473,48	37.473,48	37.473,48	37.473,48
GASTOS PERSONAL													274.447,00	310.346,40	309.609,60	309.609,60	309.609,60
1. Saldos líquidos dos trabajadores	13.102,00	13.102,00	13.102,00	13.102,00	13.102,00	27.952,00	13.102,00	13.102,00	15.262,00	13.102,00	13.102,00	27.952,00	189.084,00	211.404,00	211.404,00	211.404,00	211.404,00
2. Modelo 111 (retencions IRPF trabajadores)		4.977,90											16.823,70	24.216,60	23.451,60	23.451,60	23.451,60
3. TC-1	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	5.216,30	57.379,30	63.505,80	63.654,00	63.654,00	63.654,00
4. Cotas RETA societarios/	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	11.160,00	11.160,00	11.160,00	11.160,00	11.160,00
TRIBUTOS													48.597,51	77.899,15	91.134,57	102.100,86	113.050,17
1. Modelo 303 (autoliquidación IVA)													0,00	80.816,62	84.074,41	89.820,49	98.026,50
2. Impuesto sobre sociedades													5.470,82	10.317,95	18.036,45	23.229,68	
3. Outros tributos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COMISIOnES BANCARIAS													0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PAGAMENTO LEASING	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DEVOLUCIOn DE PRÉSTAMO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGAMENTOS	33.052,27	39.553,10	44.056,50	72.934,31	43.909,10	59.348,70	58.536,00	35.344,50	37.062,30	75.422,00	39.995,30	54.845,30	594.059,38	713.772,48	762.338,16	803.427,07	818.262,50
SALDO TESOURARIA MENSUAL	4.841,73	20.523,40	31.084,50	57,19	18.647,90	-11.614,20	-25.987,00	-6.062,50	18.416,20	-8.146,00	12.518,70	-10.377,80	44.418,12	41.891,27	66.174,54	67.473,16	96.182,74
SALDO TESOURARIA ACUMULADO	4.841,73	25.365,13	56.449,63	57.022,82	75.670,72	64.056,52	38.069,52	32.007,02	50.423,22	42.277,22	54.795,92	44.418,12	44.418,12	86.309,39	152.483,94	219.957,10	316.139,84

Situación muy solvente de tesorería, que viene provocada por la venta al contado del 50% de las ventas y el pago siempre al mes siguiente. Hay unos excedentes importantes de tesorería que tendríamos que rentabilizar con nuevas inversiones.

El ratio de liquidez también es muy positivo, mostrando una situación muy solvente a corto plazo.

4.5.4. Análise económica

El ratio de rentabilidad económica indica el % de beneficios que tenemos en base activo de la empresa (inmovilizado, deudores y tesorería). En este caso son resultados muy positivos.

	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano	
Fondo de Manobra = Activo corrente - Pasivo exixible corrente	18.506,30	52.755,67	110.130,54	172.235,12	261.609,89	> 0
<u>Capacidad de la empresa de afrontar pagos</u>						
Activo total						
Garantía	1,64	1,90	2,47	3,18	3,90	≈ 1,5 < 2
Activo / pasivo exigible (corriente y no corriente)						
Pasivo exixible total						
Pasivo exixible total						
Endebedamiento total	1,55	1,11	0,68	0,46	0,34	> 0,6
pasivo exigible (corriente y no corriente) / Fondos propios						
Pasivo exixible a C/P						
Endebedamiento a C/P	1,55	1,11	0,68	0,46	0,34	
Fondos propios						
Activo corriente						
1,42	1,80	2,43	3,05	3,82	≈ 2	
Liquidéz xeral ou solvencia						
Activo corriente / pasivo corriente						
Pasivo exixible a C/P						
Realizábel + Dispoñible						
Liquidéz inmediata ou teste ácido	1,42	1,80	2,43	3,05	3,82	≈ 1,0
Pasivo exixible a C/P						
Dispoñible						
Tesouraría	1,01	1,32	1,98	2,62	3,41	≈ 0,3
Tesouraria / Pasivo corriente						
RAIT						
Rendibilididade económica	30,17%	10,45%	11,43%	10,15%	9,12%	
Resultado / Activo						
Activo Total Medio						
RDT						
Rendibilididade financeira	57,76%	17,63%	15,65%	11,75%	9,51%	
Resultado Despues de Impuestos / Fondos Propios Medios						

4.5.5. Análise financeira

El ratio de rentabilidad financiera indica el % de beneficios que tenemos en base a los fondos propios (capital aportado y resultados de anteriores ejercicios) . También es muy positivo.

Además la empresa tiene un ratio de garantía por encima de 1,5 todos los años, que demuestra la fortaleza de sus activos (inmovilizado, deudores y tesorería) para pagar a sus deudores.

RESUMO DOS PRINCIPAIS INDICADORES:	0º Ano	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
TESOURARIA	-12.000,00	44.418,12	86.309,39	152.483,94	219.957,10	316.139,84
RESULTADO EXPLOTACIÓN		21.883,27	41.271,79	72.105,79	92.918,73	114.772,32
RESULTADO FINANCIERO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RESULTADO DESPOIS IMPOSTOS		16.412,45	30.953,84	54.079,34	69.689,05	86.079,24 > 0
FONDO DE MANOBRA		18.506,30	52.755,57	110.130,54	172.235,12	261.609,89
LIMIAR RENDIBILIDADE MAN OBRA (horas)		7.469,00				
LIMIAR RENDIBILIDADE MULTI PRODUTO		497.370,12	475.747,10	440.506,57	419.530,07	399.552,45
VALOR ACTUALIZADO LÍQUIDO	807.308,38					
TAXA INTERNA DE RENDIBILIDADE	454,66%					
X1 = FONDO DE MANOBRA / ACTIVO		0,26	0,42	0,58	0,64	0,72
X2 = LUCROS NON DISTRIBUÍDOS / ACTIVO		0,23	0,25	0,28	0,26	0,24
X3 = RAIT / ACTIVO		0,30	0,33	0,38	0,35	0,32
X4 = FONDOS PROPIOS / PASIVO EXIXÍBEL		0,64	0,90	1,47	2,18	2,90
SCORING SYSTEM	8,36	10,00	12,06	12,95	13,95	
RESUMO DOS PRINCIPAIS RATIOS:	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano	
Garantía	1,64	1,80	2,47	3,18	3,90 ≥ 1,5	< 2
Endebedamento total	1,55	1,11	0,68	0,46	0,34 > 0,6	
Endebedamento a C/P	1,55	1,11	0,68	0,46	0,34	
Liquidex xeral ou solvencia	1,42	1,80	2,43	3,05	3,82 ≈ 2	
Liquidex inmediata ou teste ácido	1,42	1,80	2,43	3,05	3,82 ≈ 1,0	
Tesouraría	1,01	1,32	1,98	2,62	3,41 ≈ 0,3	
Rendibilidade económica	30,17%	10,45%	11,43%	10,15%	9,12%	
Rendibilidade financeira	57,76%	17,63%	15,65%	11,75%	9,51%	



4.5.6. Scoring system

Antigüedad de la empresa: La empresa es de reciente creación así que no tendrá una puntuación destacada para las entidades financieras, para evaluar el riesgo crediticio de la empresa en caso de que solicite un préstamo o crédito.

Solvencia económica: Actualmente con la inversión de cada uno de los proveedores y las ganancias del propio negocio, dan una solvencia media al negocio.

Historial crediticio: Como la empresa no ha pedido ninguno no tenemos ningún tipo de puntuación negativa aplicable.

Sectores de actividad: El sector no se considera de muy alto riesgo, lo cual hace que se den puntos a favor.

Rentabilidad: Al ser el único negocio de este estilo en la zona, no hay demasiada competencia ya que estamos distinguidos de nuestra competencia por la temática verde de la empresa. La empresa gracias a esto es rentable ya que no le faltan clientes.

Con los apuntes provistos, en caso de necesidad, cualquier banco o entidad crediticia nos aportaría un crédito o préstamo.

5. PROCESOS DE POSTA EN MARCHA DA EMPRESA

5.1. Trámites de constitución

1. Registrar el nombre de la empresa

Para registrar el nombre de nuestra empresa deberás dirigirte al Registro Mercantil Central y solicitar el certificado negativo de denominación social, es decir, el documento que acredita que el nombre elegido para tu sociedad o empresa no coincide con el de ninguna otra sociedad ya existente.

Este trámite se puede realizar online en la web del Registro Mercantil central desde 16 euros.

[DENOMINACIONES SOCIALES \(rmc.es\)](http://DENOMINACIONES SOCIALES (rmc.es))

2. Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa

Una vez obtenido el certificado, se deberá abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa que vas a constituir e ingresar el capital social (12000€).

El banco emitirá un certificado de dicho ingreso que posteriormente tendremos que presentar en la notaría.

Normalmente no se dispondrá del dinero hasta que presentes en el banco el alta en Hacienda y las escrituras selladas por el registro mercantil, pero a partir de ese momento se podrá disponer del capital social para dedicarlo a cualquier gasto o inversión de la empresa.

3. Redacción de los Estatutos Sociales

Está todo redactado en el documento anexo denominado Estatutos Sociales.

4. Escritura pública de la constitución ante notario

La firma de la escritura pública de la constitución de la sociedad por parte de todos los socios se realiza ante notario, lo que conlleva un pequeño coste, generalmente un porcentaje sobre el capital escrito.

Es un trámite previo a la posterior inscripción en el Registro Mercantil.

Para la obtención de la escritura, es necesario aportar la siguiente documentación:

1. Estatutos Sociales de la Sociedad.
2. Certificación negativa del registro mercantil central (original).
3. Certificación bancaria de la aportación dineraria al Capital Social.
4. D.N.I. original de cada uno de los socios fundadores.
5. Declaración de inversiones exteriores (si alguno de los socios es extranjero).

5. Inscripción en el Registro Mercantil

La sociedad ha de inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia en la que se ha fijado su domicilio social.

Para ello, tiene un plazo de dos meses desde la obtención de la escritura de la constitución y necesita aportar la siguiente documentación:

- Copia auténtica de la escritura de constitución de la Sociedad.
- Certificación negativa de denominación social.
- Documento acreditativo de haber liquidado el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Copia del N.I.F. Provisional.

Este paso también se incluye en el DUE, por lo que no es necesario acudir al Registro Mercantil si trabajas con un PAE como Infoautonomos.

5.2. Trámites perante a Axencia Tributaria

a) Obtención del Número de Identificación Fiscal

Tras la firma de las escrituras, nos dirigiremos a Hacienda para obtener el Número de Identificación Fiscal (N.I.F.) provisional de tu sociedad, así como las etiquetas y tarjetas identificativas.

Para ello, aportaremos debidamente cumplimentado el modelo 036, la fotocopia del D.N.I del firmante y la fotocopia de la escritura de constitución de la empresa obtenida en el notario.

De esta forma, se asignará un N.I.F. provisional que tendrá una validez de 6 meses, plazo en que la Sociedad deberá canjearlo por el definitivo.

Coste: 0€

Tiempo: 1-2 días hábiles.

B) Alta en el I.A.E.

También tendremos que darnos de alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Se trata de un tributo local que grava la actividad de empresas, profesionales y artistas y necesita de tantas altas como actividades se vayan a desarrollar.

Para llevar a cabo los trámites de alta, modificación o baja de este tributo, será necesario que aportes el modelo 840 junto con el NIF en la Administración Tributaria correspondiente al lugar donde se ejerce la actividad.

Para los supuestos exentos de este gravamen, es decir, aquellos que tengan una cifra de negocio inferior a 1.000.000 euros al año, solo es necesario aportar el modelo 036 de la declaración censal indicando los epígrafes IAE a los que te acoges.

Tiempo estimado: 1-2 días hábiles.

Coste estimado: Puede oscilar entre 0 y varios cientos de euros.

c) Declaración censal (IVA)

En esta declaración se detalla el comienzo, la modificación o el cese de la actividad. Ha de ser presentada por empresarios, profesionales, artistas y todos aquellos con obligaciones tributarias.

Para su expedición, es necesario aportar el modelo oficial 036, el NIF de la Sociedad y el documento acreditativo de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

Todos estos pasos se realizan através del DUE en el caso de crear tu sociedad con un Punto de Atención a Emprendedores (PAE).

Tiempo estimado: 1-2 días hábiles.

Coste estimado: Gratis.

d) Obtención del N.I.F definitivo

Una vez completados los pasos anteriores, y como última acción, deberás dirigirte nuevamente a Hacienda para canjear la tarjeta provisional de N.I.F. por la definitiva, una vez se haya inscrito efectivamente la constitución de la sociedad.

Si funciona con DUE podrás obtener el documento de manera online. Superados estos trámites, la creación de la Sociedad Limitada ya es efectiva.

Sin embargo, para que ésta pueda iniciar su actividad, es necesario que se completen una serie de obligaciones con la Seguridad Social y el Ayuntamiento de la localidad donde hayas fijado la dirección social de tu empresa, tales como el alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, también incluida en el DUE, así como la solicitud del número de patronal en caso de ir a contratar trabajadores o la solicitud de la Licencia de apertura.

Tiempo estimado: 1-2 semanas.

Coste estimado: Gratis.

5.3. Trámites perante a Tesouraría da Seguranza Social

Alta de cada uno de los socios como trabajadores autónomos

Primero, se debe ir a la Tesorería General de la Seguridad Social. Allí se debe obtener el número de afiliación a la Seguridad Social si no lo tiene y darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

En el momento de inscribirse, deberá hacer constar la entidad gestora o mutua por la que opta para cubrir el riesgo por enfermedad profesional y accidente de trabajo. Desde 2007, todos los autónomos tienen la obligación de cubrir estas contingencias, además de la incapacidad temporal, con una mutua.

Tiempo estimado: 1-2 semanas.

Coste estimado: Depende de la cotización elegida, pero puede oscilar entre 50 y 300 euros.

Inscripción de la empresa y Código de Cuenta de Cotización

La inscripción es el acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones en el respectivo Régimen del Sistema de la Seguridad Social. Dicho número es considerado como primero y principal Código de Cuenta de Cotización. La solicitud se realizará en el modelo TA.6

Al Código de Cuenta de Cotización Principal se vincularán todos aquellos otros que puedan asignársele a un empresario. Es importante señalar que el empresario debe solicitar un Código de Cuenta de Cotización (modelo TA.7) en cada una de las provincias donde ejerza actividad, así como en determinados supuestos en que sea necesario identificar colectivos de trabajadores con peculiaridades de cotización.

Para terminar su solicitud puede dirigirse a la Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social más próxima a su domicilio de actividad. Si dispone de un certificado digital puede tramitar la solicitud que corresponda de los correspondientes servicios situados en "Empresas", en función de que se trate de un empresario individual o un empresario colectivo.

Tiempo estimado: 1-2 semanas.

Coste estimado: Grátis.

Comunicación de apertura

Una vez inscritos, debemos comunicar la apertura del centro de trabajo en la Consejería de Trabajo.

Tiempo estimado: 1-2 días hábiles.

Coste estimado: Gratis.

Alta de cada uno de los trabajadores

Si deseamos dar de alta a un trabajador que nunca lo ha estado en ninguna otra empresa tendremos que solicitar su afiliación. En este caso el número de afiliación servirá, al igual que el Código Cuenta de Cotización de la empresa, para darle una identificación al trabajador y controlar sus obligaciones y derechos antes la Seguridad Social.

Una vez hayamos realizado los pasos anteriores o, bien, hayamos comprobado que no son necesarios realizarlos, es hora de dar de alta a nuestro trabajador. Para ello debemos realizar la solicitud de alta a la Tesorería General de la Seguridad Social a través del “Sistema Red de la Seguridad Social”, este trámite se ha de realizar obligatoriamente forma telemática.

5.4. Trámites perante o Servizo Público de Emprego

Registro y Comunicación del Contrato de Trabajo en el Servicio Estatual de Empleo (SEPE)

Antes de los primeros 10 días después de la contratación se debe informar al Registro y la Comunicación del Contrato de Trabajo lo que hayamos decidido realizar con el trabajador. Al igual que ocurre con la solicitud de alta ante la Tesorería General de la Seguridad Social, el registro y comunicación del Contrato de Trabajo sólo podemos realizarlo a través de la aplicación web “Contrat@”

5.5. Trámites perante a Administración Local

Inscripción en el Registro Mercantil.

Tiempo estimado: 1-2 semanas.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 60 y 400 euros.

Licencia municipal de apertura.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 meses.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 100 y 500 euros.

Licencia de actividad.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 meses.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 100 y 500 euros.

Alta en la Agencia Tributaria.

Tiempo estimado: 1-2 días hábiles.

Coste estimado: Gratis.

Permiso de medio ambiente.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 meses.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 100 y 500 euros.

Seguro de responsabilidad civil.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 semanas.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 100 y 500 euros al año.

Licencia de actividad clasificada como peligrosa.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 meses.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 100 y 500 euros.

Registro de maquinaria.

Tiempo estimado: 1-2 días hábiles.

Coste estimado: Gratis.

Prevención de riesgos laborales.

Tiempo estimado: Entre 1 y 2 semanas.

Coste estimado: El rango de precios puede oscilar entre 150 y 500 euros

5.6. RESUMEN DE CONSTITUCIÓN

En conclusión, se puede estimar que la constitución legal de nuestra SL nos llevará un tiempo aproximado de 2 meses con un coste de 760 €. Entonces ya se podrá comenzar la producción. En ese tiempo, se puede aún así ir desarrollando el marketing y abrir la cartera de clientes para poder tener actividad en cuanto se empiece a producir.



6. PLANES FUTUROS

Con los datos provistos anteriormente, la previsión es de un crecimiento muy grande, lo que da pie a posibles expansiones y nuevas inversiones de cara al crecimiento futuro de la empresa.

Por ello, vale la pena pararse un poco a pensar qué acciones se podrían llevar a cabo para mejorar el negocio en el futuro, así pues :

- Aumento de personal: La acción más importante, principalmente para poder hacer frente a el posible aumento de la demanda en la cadena de producción y parte de servicios.
- Delegación de las tareas de administración y contabilidad a una gestoría, para así centrarnos los socios en aquello que se nos da mejor: recoger clientes y conseguir productos y servicios de calidad.
- Colaboración con otras empresas para así lograr llegar a más gente e insertarnos mejor junto a la competencia. En nuestro punto de vista, nuestros rivales no son enemigos, son una oportunidad de colaborar y mejorar.

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

[Trámites para la puesta en marcha \(ipyme.org\)](#)

[¿Cómo crear una Sociedad Limitada paso a paso? \(infoautonomos.com\)](#)

[Obligaciones de una Sociedad Limitada \(SL\) \(infoautonomos.com\)](#)

[Seguridad Social: Inscripción \(seg-social.es\)](#)

[Empresas y Profesionales \(seg-social.gob.es\)](#)

[5 pasos para darse de alta como autónomo - Revista Seguridad Social \(seg-social.es\)](#)

[Emprendedores y Autónomos | Servicio Público de Empleo Estatal \(sepe.es\)](#)

[Licencias de actividad - Concello de Vigo](#)

[Qué es un administrador solidario de una empresa y qué implica \(antaconsulting.es\)](#)

<https://forbes.es/economia/214375/la-economia-espanola-suavizara-su-ritmo-de-crecimiento-en-2023-hasta-el-entorno-del-1/>

<https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/espana-en-el-mundo-2023-perspectivas-y-desafios-economicos-y-tecnologicos/>

[Factores Económicos \(Definición, Ejemplos\) | Principales Factores que Afectan a los Negocios | Li Lingua](#)

[Las 5 mayores tendencias empresariales en 2023 para las que todos deben prepararse ya - Forbes España](#)

[Rivalidad entre Competidores Existentes - ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER \(1library.co\)](#)

<https://agueresystems.es/cada-cuanto-renovar-los-ordenadores-de-la-oficina/>

https://www.vamos.es/todos-los-coches?type_id=111