



*Universidad de Jaén*

Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

# **INFORMÁTICA Y PUBLICIDAD: INFOR-REC**

**Alumno: GODINO MORAL, JUAN ANTONIO**

Tutor/a: -SONIA SÁNCHEZ ANDÚJAR  
Dpto: ECONOMÍA FINANCIERA Y  
CONTABILIDAD.

-ELIA GARCÍA MARTÍ  
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS.

## ÍNDICE

1. RESUMEN.....	3
1.2 ABSTRACT.....	3
1.3 NECESIDADES FINANCIERAS.....	4
2. LA IDEA DE NEGOCIO.....	5
2.1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
2.2 DESCRIPCIÓN, NOMBRE Y LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	6
2.3. PROMOTOR.....	7
2.4. INSTALACIONES Y COMUNICACIONES.....	8
2.5 RESPONSABILIDAD.....	9
2.6 OPERACIONES.....	10
3. ENTORNO.....	12
3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL, ANÁLISIS PESTEL.....	12
3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO, MÉTODO 5 FUERZAS DE PORTER. ....	15
3.3. ANÁLISIS DAFO.....	17
4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	18
4.1. CLIENTES.....	19
4.2. COMPETENCIA.....	20
4.3. PROVEEDORES.....	22
5. PLAN DE MARKETING.....	23
5.1. PRODUCTO.....	25
5.1.1 Desarrollo de servicios relacionados.....	27
5.1.2 Ciclo de vida del producto.....	27
5.2 EL PRECIO.....	27
5.3 LA DISTRIBUCIÓN.....	29
5.3.1 Canales de distribución.....	29
5.4 LA PROMOCIÓN.....	29
5.4.1 Promoción de ventas.....	29
5.4.2 Plan de comunicación.....	29
6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	30
6.1 ORGANIGRAMA. ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN.....	32
6.2. FORMA DE CONTRATACIÓN.....	32

7. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.....	34
8. PLAN JURÍDICO-LEGAL.....	50
8.1. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	50
8.2. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	51
8.2.1 Contactos con administraciones.....	52
9. ANÁLISIS DE ESCENARIOS.....	58
10. CONCLUSIONES.....	60
11. ANEXO.....	61
11.1 ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD Y DEBER DE SECRETO.....	61
12. BIBLIOGRAFIA.....	63

## **1. RESUMEN**

Actualmente existe un alto nivel de desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías, ya que cada vez es más frecuente el uso de teléfonos móviles o tabletas por niños de temprana edad. La sociedad actual utiliza las tecnologías para comunicarse, obtener información e incluso realizar las propias funciones básicas de un negocio. Por ello, nuestra empresa trata de estar al servicio de las peticiones y necesidades que puedan surgir a los consumidores y conseguir un abanico de productos y servicios que sean del agrado de los clientes.

Nuestra organización se denominará INFOR-REC, debido a la unión entre los dos servicios prioritarios que ofreceremos, la venta de componentes informáticos y trabajos relacionados con la publicidad para las empresas. La compañía se va a situar en Torredelcampo (Jaén) localidad de nacimiento del promotor de esta organización.

Por lo tanto, la idea de negocio de INFOR-REC es ser una organización orientada a la prestación de servicios informáticos, para PYMES y particulares, tratando de realizar sus funciones con una alta calidad y profesionalidad, para la satisfacción de las necesidades del cliente.

Se podrá encontrar cualquier tipo de elementos electrónicos y equipos informáticos como pantallas, portátiles, pc's, software, etc. y servicios como diseño y mantenimiento de páginas webs, reparación y limpieza de equipos, instalación de componentes, etc.

INFOR-REC ofrecerá un servicio de asesoramiento personalizado de publicidad, además de impresión de carteles, folletos, boletines y todo aquello relacionado con la publicidad de una empresa, elaborando un presupuesto ajustado a las necesidades de los clientes.

La situación actual de Torredelcampo es la de una ciudad en la cual se está produciendo una gran expansión tanto a nivel urbanístico, como a nivel demográfico; esto es consecuencia de la proximidad a la capital. Esto hace que aparezcan nuevos barrios con una población joven y con necesidades respecto a cuestiones de carácter tecnológico, estas razones fortalecen la idea de instalar la empresa en esta localidad.

Por lo tanto, INFOR-REC es una empresa basada en la tecnología, que con ayuda del promotor, productos personalizados, el potencial humano previsto, la comunicación y las buenas previsiones económicas, se perfila como una compañía que puede alcanzar el éxito en su actividad profesional.

### **1.2 ABSTRACT**

Nowadays, there is a development and expansion of new technologies. It is becoming more frequent the use of for example; mobile phones or tablets by early childhood. Today's society uses technology to communicate information and even perform the basic functions of a business.

Our Organization is referred to as INFOR-REC, because the marriage between the two priority services we offer, one selling computer components and other services related to advertising. The company will place in Torredelcampo (Jaén), town of birth the promoter of this Company.

Therefore the business idea INFOR-REC, is trying to be a company focused on providing computer services, for SMEs and individuals, trying to perform its functions with high quality and professionalism, for the satisfaction the needs of the customer.

Among the products It will offer, They range from the sale of any type of components, computer equipment such as screens, notebooks, computers, software, etc., and services as design, and maintaining websites, repair and cleaning of equipment, installation of components, etc.

These benefits tend to cover the majority of computer companies, but INFOR-REC, will also offer a service few companies that perform in the town as it is personalized advice advertising, in addition to printing of posters, brochures, newsletters, all that related to the advertising of a Company and developing a budget adjusted to the needs of customers.

The current situation of Torredelcampo is a city in which it is occurring a major increase at the urban level, level as demographic; this is the result proximity to the capital. This makes them appear new districts with a young population and needs to cover the technological topic; these reasons strengthen ideas to install the company in this locality.

Therefore INFOR-REC is a small organization technology based on, with the assistance of the promoter, custom products, the potential human planned, the communication and good forecasts economic. They outline as a Company that you can reach the success in his professional activity.

### 1.3 NECESIDADES FINANCIERAS.

Respecto a las necesidades financieras que se requieren para llevar a cabo este proyecto, se ha contado con las siguientes medidas.

-Aportación al capital social por parte del promotor con un total de 45.000 €.

-La otra partida, será financiada a través de un préstamo de 35.000 € al 3,00 % de interés a 20 años, con 240 pagos mensuales.

El importe total de la inversión es de 80.000 €.

## 2. LA IDEA DE NEGOCIO

Se va a establecer en Torredelcampo (Jaén), una empresa de informática y ofimática en la que se ofrece, tanto a particulares como a empresas, servicios de:

- Asistencia técnica y reparaciones de cualquier equipo informático.
- Diseño y mantenimiento de webs para las empresas.
- Asesoramiento y atención personalizada a los clientes
- Impresión de catálogos, carteles.
- Venta de elementos electrónicos.



Todos estos servicios y productos se ofrecen para las propias empresas, autónomos y particulares. Para todos los clientes se llevará a cabo la protección de sus datos personales y se tendrá un registro de todos los usuarios.

El proyecto surge por el gusto del promotor por el sector de las nuevas tecnologías y por la experiencia personal de trabajar con componentes electrónicos. Este campo está en constante crecimiento y con un elevado grado de rotación de los productos. El perfil de los clientes incluye a empresas de un tamaño pequeño que, con el uso de las tecnologías, tratan de aumentar sus ventas, ahorrar costes e incrementar su competitividad.

Según la consulta realizada el día 4 de Julio de 2015 en la base de datos SABI, hemos encontrado en torno a 24.541 empresas que ofrecen servicios similares a los nuestros en España. De estas 24.541 organizaciones, se distinguen aquellas que se dedican al comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones, además de otras destinadas al comercio al por menor y por último aquellas orientadas a la publicidad y asesoramiento.

En Jaén, el número de empresas que existen con estas actividades, son un total de 52 organizaciones y en la localidad donde se va a instaurar nuestra compañía, cuenta con un total de 15, por lo que el mercado es bastante amplio como para garantizar la supervivencia de la entidad

## 2.1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La imagen de la empresa, junto con el logo, el nombre y la decoración del establecimiento, estarán basados en rasgos de la empresa y del propio sector.

En las visitas a los clientes, tanto en aspectos técnicos como comerciales, se cuidará la imagen y en especial la profesionalidad.

El logo y la propia denominación de la empresa se usará, como imagen corporativa, este emblema será fácil de recordar, atractivo y tratará de expresar la misión de la empresa.

La presentación de los servicios que ofrecemos, tanto en papel como en la propia web de la empresa, será un aspecto fundamental ya que mostrará la capacidad de trabajo que dispone esta organización.

El horario de trabajo será de lunes a viernes de 9:00h a 13:00 y de 16.00h a 20:00h. Además ofrecemos un teléfono que siempre está operativo para atender posibles emergencias que puedan surgirle a los clientes.

## 2.2 DESCRIPCIÓN, NOMBRE Y LOGOTIPO DE LA EMPRESA.

La marca que hemos elegido nos permite identificar el producto y a la vez diferenciarlo de nuestros competidores. Es apropiado para crear una imagen positiva del producto y de la empresa. La palabra INFOR-REC es una unión de Infor, que representa el sector tecnológico, que será la base de la actividad económica de la empresa, dedicándose a los componentes electrónico, y referencia a otra gran actividad que realiza la organización como es la publicidad y asesoramiento publicitario, haciendo comparación al logo de una cámara cuando comienza a grabar.



La misión de la empresa consiste en la venta y reparación de componentes informáticos y en la oferta de servicios informáticos y publicitarios, siempre de manera profesional, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes que no disponen de recursos informáticos. Además se proponen medidas para que una organización se dé a conocer,

y pueda incrementar sus ventas notablemente, optimizando recursos y proporcionando soluciones sostenibles que faciliten el buen desarrollo y funcionamiento de una organización.

Nuestra visión consiste en ser una empresa líder en servicios informáticos y publicitarios con un tiempo de respuesta y solución rápido, centrados en servicios eficientes e innovadores. Alguno de los principios y valores que posee nuestra entidad son los siguientes:

- ✓ Adaptación a las necesidades de los clientes.
- ✓ Compromiso con nuestros clientes.
- ✓ Cumplimiento con las leyes de nuestro país.

Es fundamental ofrecer un servicio de excelencia, satisfaciendo de esta forma sus necesidades y contribuyendo en el crecimiento continuo de la empresa-cliente. Por lo que, se debe ofrecer un servicio personalizado, para conseguir la fidelidad de los clientes.

### 2.3. PROMOTOR

A continuación se muestra el curriculum vitae del promotor.

### **DATOS PERSONALES**

Nombre y Apellidos: JUAN ANTONIO GODINO MORAL

Edad: 25 años

DNI/NIF: 77368058Z

Domicilio: CALLE TORRECILLAS-8

Fecha nacimiento: 22/07/1991

Teléfono: 687510799

Correo Electrónico: godinomoral@gmail.com

### **FORMACIÓN ACADÉMICA**

MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (MBA) POR LA UNIVERSIDAD DE JAEN (2015).

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS POR LA UNIVERSIDAD DE JAEN (2014).

### **IDIOMAS**

INGLES: B1

FRANCÉS: BÁSICO

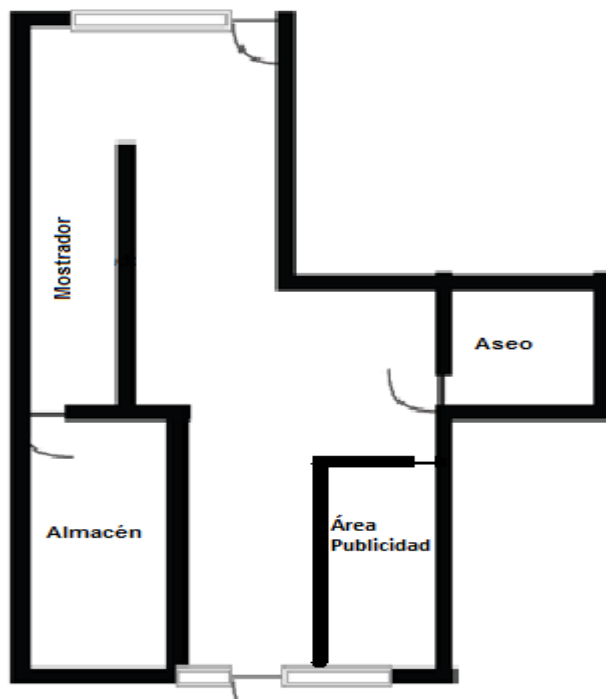
## EXPERIENCIA LABORAL

El promotor cuenta con una experiencia como empleado en el ámbito de las tecnologías y servicios informáticos. El interés por la informática se ha convertido en una gran afición, posee conocimientos en gestión de páginas webs, componentes electrónicos y diseño gráfico. Ha trabajado tres años por cuenta ajena para una empresa del sector de las tecnologías en la provincia de Jaén, por lo que posee experiencia para poner en marcha este proyecto, además tiene una formación en Administración de Empresas, por lo que llevará a cabo las actividades de facturación y contabilización. Junto al gerente, que será el promotor, se necesitarán dos trabajadores más, uno para el área de la publicidad de la empresa y otro como técnico.

### 2.4. INSTALACIONES Y COMUNICACIONES

La localidad donde se va a instaurar la empresa es Torredelcampo.

La organización alquilará un local donde se ubicará la empresa en la calle San Bartolomé, 39, próximo a la zona donde reside el gerente, tiene una dimensión de 150 m<sup>2</sup>, donde se ubicarán mostradores, máquinas para impresión, un almacén para depositar nuestros equipos y un aseo. A continuación se muestra un plano, donde queda reflejada nuestras instalaciones.



En el local se colocarán una serie de vitrinas con espejos, con el objetivo de llamar la atención de los clientes. Además de añadir a estas vitrinas iluminación para resaltar posibles ofertas que capten la atención de los consumidores. Dentro del establecimiento habrá expositores con un mecanismo de seguridad para evitar el robo de la mercancía.

En la estantería central se colocarán componentes informáticos como por ejemplo placas bases, microprocesadores, periféricos, mientras que en el resto de estantes se



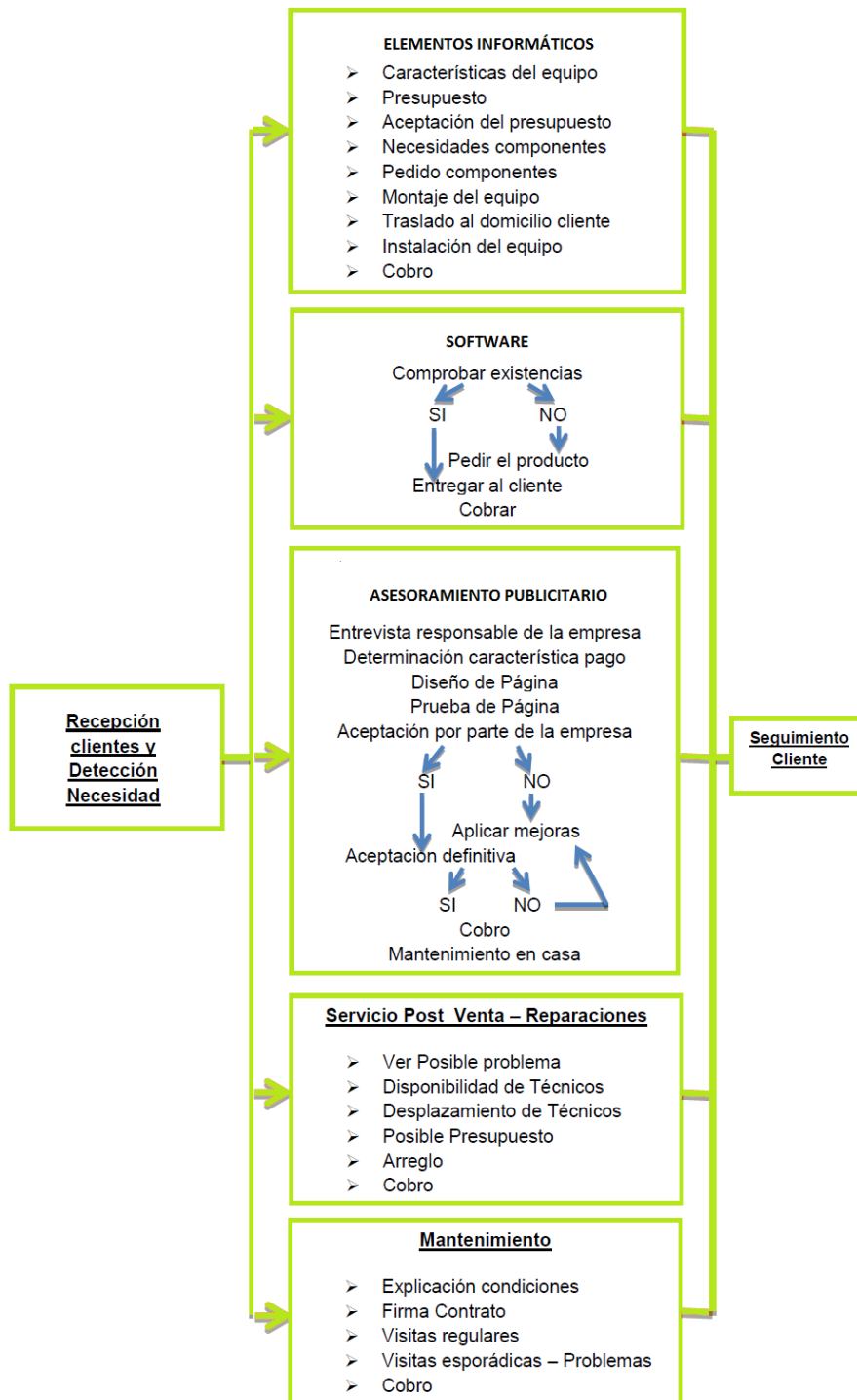
Integración Social: La organización desarrollará cursos de aprendizaje, para que tanto jóvenes como adultos aprendan a usar un ordenador y estar más especializados en el tema de navegar por Internet.

## 2.6 OPERACIONES

La operativa para el funcionamiento de la empresa se va establecer de la siguiente forma, el paso inicial es la recepción de los clientes, una vez que conozcamos la necesidad del cliente, sea compra de ordenador o software, reparaciones, diseño de páginas webs o asesoramiento publicitario, se tomará nota de su pedido junto con los datos personales.

- Si la petición del cliente es la compra de un componente o aparato informático, nos pondremos en contacto con nuestros proveedores con el objetivo de que nos suministren el bien demandado. Se intentará tener en el almacén un stock bajo de elementos informáticos, ya que este mercado evoluciona de forma rápida y los precios suelen variar continuamente. Una vez que dispongamos del equipo informático, se le entregará al cliente.
- Si se solicita un servicio de reparación y el cliente es un particular, se intentará que lo traigan a nuestro local, si es posible. Si nuestro cliente es una empresa, el técnico se acercará para intentar solucionar el problema.
- Si es diseño o mantenimiento de páginas web o asesoramiento publicitario, se tendrá una entrevista para conocer la idea del cliente y posteriores reuniones para conocer en profundidad la empresa.

**Gráfico N°1. Mapa de Operaciones.**



Fuente: Elaboración Propia.

### **3. ENTORNO**

El informe sobre coyuntura económica emitido por el Instituto Nacional de Estadística, en su publicación sobre la Contabilidad Nacional Trimestral de España del primer trimestre de 2015, muestra un leve crecimiento trimestral del 0.9% del PIB, que es dos décimas superior al crecimiento del cuarto trimestre del año anterior.

Respecto al empleo, registra un incremento del 2,8% en el primer trimestre de 2015. Se ve una recuperación de la crisis que tanto ha afectado a la economía española. En lo que respecta al entorno europeo, se ha producido un crecimiento trimestral del empleo de un 0,4% en la Unión Europea, que es similar al del trimestre anterior.

El incremento y evolución del sector TIC en estos últimos años, se deben al desarrollo de la industria electrónica y a la expansión de los contenidos digitales. Los factores culturales, además nos influyen favorablemente. Este mismo informe afirma que en España la población es tecnológicamente culta (8 de cada 10 españoles estiman que “en conjunto, la ciencia y la tecnología mejoran la calidad de vida”), exigiendo nuevos y mejores productos a las empresas, sabe apreciarlos y es capaz de imponer modas con carácter mundial, que nos sitúa en una posición de liderazgo.

#### **3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL, ANÁLISIS PESTEL**

- **FACTORES POLÍTICOS**

##### **ELECCIONES GENERALES:**

Tras las pasadas elecciones generales del 20 de Diciembre 2015, no se llegó a una decisión para formar gobierno en España, lo que llevó a unas nuevas elecciones para el próximo 26 Junio de 2016, lo que supone que existan posibles cambios que puedan afectar al devenir de la empresa, ya que puede existir momentos de incertidumbre al no tener un gobierno formado y no poder llevar a cabo políticas económicas favorables a las empresas.

- **FACTORES ECONÓMICOS**

##### **TASA DE PARO ELEVADA:**

Con la crisis que tanto ha afectado a España, ha provocado un descenso del empleo de aproximadamente 5 millones de puestos de trabajo en muy pocos años, esta situación afecta directamente a nuestros productos, con un descenso de clientes potenciales y una bajada de la demanda de nuestros productos.

##### **TIPOS DE INTERÉS RELATIVAMENTE BAJOS:**

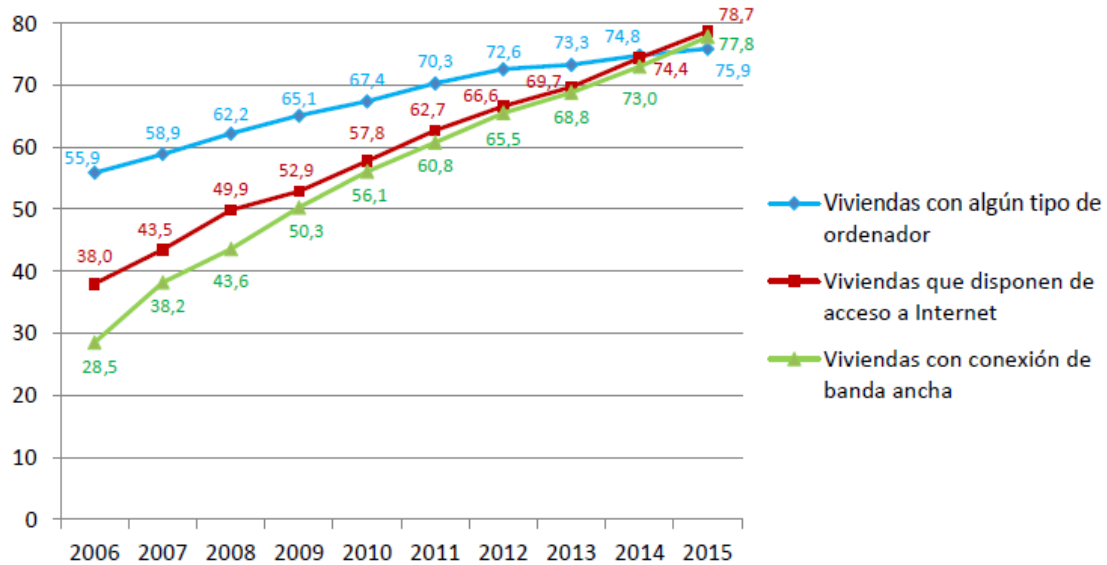
Esta situación afecta de forma favorable a nuestra empresa, ya que podemos conseguir financiación para la puesta en marcha de la empresa de manera más rápida y fácil. Esto hace que la financiación sea un mecanismo para que jóvenes puedan acceder y desarrollar su actividad empresarial.

- **FACTORES SOCIOCULTURALES**

**INCREMENTO EN LOS HOGARES EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS:**

En España, el aumento del uso de elementos informáticos y componentes electrónicos es significativo, esto influye de forma directa en nuestra empresa, ya que hay un gran número de usuarios, como muestra este gráfico elaborado por el INE.

**Gráfico N°2. Evolución de los hogares con el uso de las tecnologías.**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2015) Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

- **FACTORES TECNOLÓGICOS**

**INCREMENTO DE MEDIOS SOCIALES POR PARTE DE LAS EMPRESAS:**

Un dato interesante, es que la mitad de la población, aproximadamente un 51,2 % es usuaria y participa en las redes sociales, lo que implica que nuestra empresa debe estar presente en las populares redes sociales, en la que debemos mostrar nuestras actividades y ofrecer nuestros productos y servicios para dar una gran difusión de ofertas y posibles descuentos.

### **Gráfico N°3. Medios sociales utilizados por la empresa.**

#### **Medios sociales usados por las empresas**

Porcentajes sobre el total de empresas que usan medios sociales

	1er Trim. 2016	1er Trim. 2015
Redes Sociales (Facebook, LinkedIn, Tuenti, Google+, Viadeo, Yammer...)	94,5	94,4
Blogs de empresas o microblogs (Twitter, Present.ly, Blogger, Typepad...)	43,8	43,1
Websites que comparten contenido multimedia (Youtube, Flickr, Picassa...)	42,5	40,1
Herramientas para compartir conocimientos basadas en Wiki	10,7	10,0

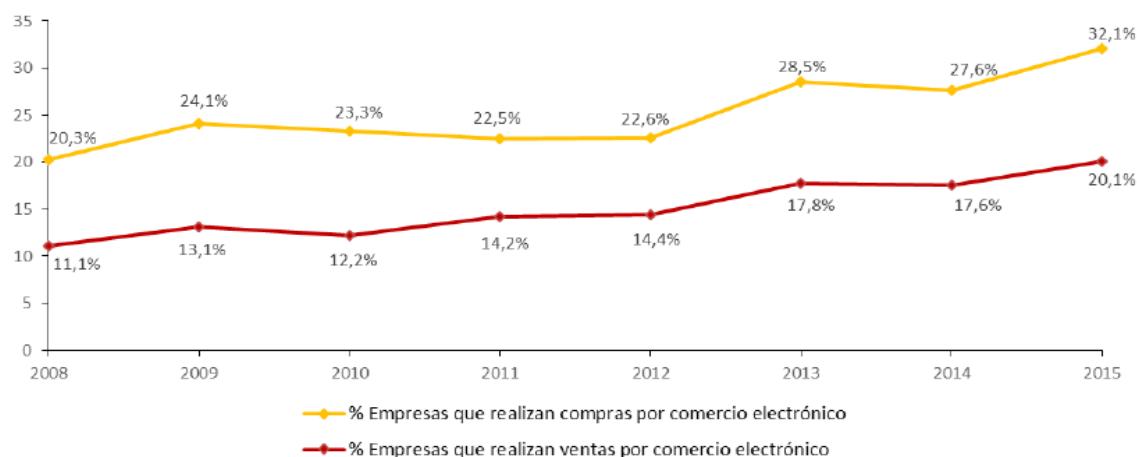
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (26 Junio 2016) Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas.

Como muestra el gráfico, existe un gran porcentaje de empresas españolas que usan medios sociales para darse a conocer, como por ejemplo, Facebook, Twitter e Instagram. Gracias a las redes sociales se puede incrementar la reputación de una empresa, existe la posibilidad también de operar en nuevos mercados y se facilita la comunicación entre los clientes y la empresa. Es una herramienta muy útil para interactuar con los clientes y conocer sus necesidades.

#### **UTILIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO:**

En el comercio electrónico se ha experimentado una gran revolución, gracias a la aparición de medios de pagos diferentes a los tradicionales. Esto permite aportar una serie de ventajas, como por ejemplo, no es necesario un lugar físico para el punto de compra y venta, además estos hechos provocan que no existan gastos elevados de desplazamiento, otra razón importante es el incremento de la flexibilidad en los medios de pago mediante tarjeta de crédito, Paypal o incluso Bitcoin.

### **Gráfico N°4. Utilización del comercio electrónico.**



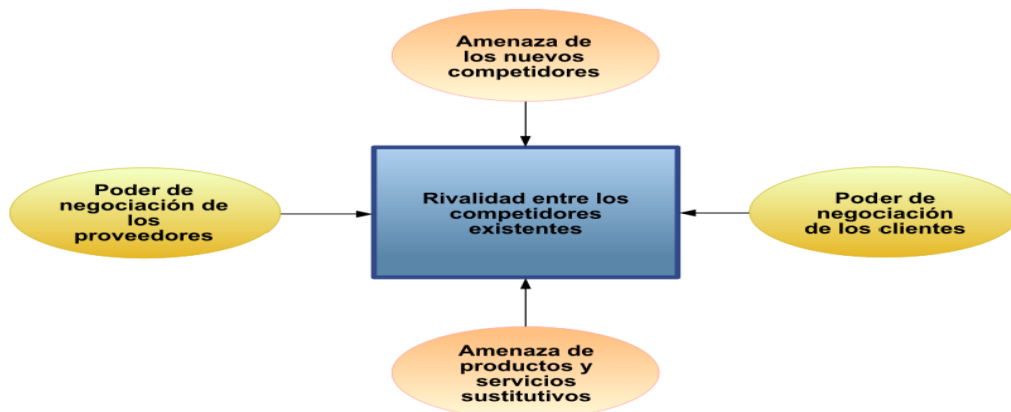
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (26 Junio 2016) Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas.

- **FACTORES ECOLÓGICOS**

Esta empresa está muy concienciada con el medio ambiente, por eso es muy importante cumplir las leyes, de acuerdo con las normas tratamiento de los productos informáticos y respetar el Medio Ambiente, reutilizando equipos y reduciendo la contaminación, con menos emisiones de CO<sub>2</sub>. Además existe un miedo por parte de las empresas a diversos colectivos ecologistas por la gran presión que ejercen, incluso cabe la posibilidad de que la empresa pueda ser sancionada si no cumple con las leyes medioambientales.

### 3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO, MÉTODO 5 FUERZAS DE PORTER.

#### Gráfico N°5. Las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Las cinco fuerzas de Porter.

- **AMENAZA ANTE NUEVOS COMPETIDORES**

Ante la situación económica en la que nos encontramos, es muy frecuente la aparición de nuevas empresas de carácter tecnológico, ya que este sector es muy nuevo dentro del propio mercado laboral y posee muchas perspectivas para el futuro. En la actualidad la casi todo, se vincula a las tecnologías. Los posibles riesgos que se pueden encontrar un nuevo competidor son:

- Barreras de entrada de aquellos competidores que no tengan la experiencia necesaria.
- Un mercado de gran tamaño.
- Mucho tiempo para que sean los proyectos rentables.

Sin embargo, una gran amenaza para las empresas actuales la forman los negocios sin establecimiento físico, que operan a través de Internet, ya que sus costes son menores al no disponer de un espacio físico.

- **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS**

La amenaza de productos y servicios sustitutos aparecen de la propia competencia, cualquier empresa que tenga una oferta de servicios similares a la nuestra, es

competencia. Como se ha dicho anteriormente, existen muchos productos de carácter tecnológico por lo que la amenaza de productos sustitutivos es relativamente alta. Las distintas organizaciones que ofrecen productos sustitutivos son centros comerciales como Carrefour y Corte Inglés. Además las tiendas online como PC Componentes y Amazon.

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

En cuanto a las empresas que fabrican componentes electrónicos son muy escasas, se puede afirmar que existe un oligopolio, respecto a los fabricantes de software el número es mucho mayor, pero en concreto software básico, la principal es Microsoft, aunque en los últimos años está cogiendo mayor importancia Linux.

Existe en España un gran número de mayoristas de productos informáticos repartidos por el territorio nacional y la propia empresa puede estudiar los diferentes proveedores y elegir el que se adapte a las necesidades de la propia entidad. Una idea a tener en cuenta es que en la etapa inicial el volumen de consumo va ser relativamente bajo por lo que el poder de negociación es pequeño. Los principales proveedores son HP, ASUS Y HACER, ofrecen unos precios de gran variedad para los distintos clientes que INFOR-REC posee. Disponen de un servicio para devolver en el caso que un producto sea defectuoso. Los plazos de pago de los productos para el mercado minorista son inferiores a quince días

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES**

Hace referencia a que los propios compradores pueden forzar la competencia entre las diferentes empresas, demandando bajadas de precio, productos con mayor calidad y mejores servicios por parte de los oferentes.

El cliente elige dónde realizar la compra de los productos y servicios informáticos según los precios, la calidad y también de la prestación de servicios por parte de las empresas. Los clientes de INFOR-REC pueden negociar la forma de pago, incluso en la compra de equipos informáticos, es posible la financiación mediante entidades bancarias. Se ofrecerá descuentos de un 1% para compras superiores a 1.000 euros.

- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES**

La rivalidad entre diferentes empresas, están basadas en conceptos como precios, calidad del producto, servicio, etc. La competencia en este sector es muy elevada con la aparición de empresas pequeñas de carácter familiar hasta grandes superficies de venta masiva de productos informáticos. Por lo que el cliente tiene poder para tomar la decisión de dónde va a realizar la compra según sus intereses. Los principales competidores son: UPI, BEEP y ServiJaen. Todas estas empresas poseen una gran experiencia en el sector y una mayor clientela, esto hace que los proveedores le ofrezcan mejores condiciones y facilidades para el pago a estas compañías. Todas estas organizaciones realizan unos mayores descuentos hacia sus clientes.

### 3.3. ANÁLISIS DAFO

Se mostrarán a continuación las distintas debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades posibles mediante un análisis DAFO.

#### **Gráfico N°6. Análisis DAFO.**

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<b>ANALISIS INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Falta de conocimiento de la sociedad de nuestra empresa, debido a que es una empresa de nueva creación.</li><li>-Debido a su pequeño tamaño, es incapaz de afrontar grandes proyectos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Los empleados o trabajadores cuentan con gran experiencia y conocimiento del sector.</li><li>-Se ofrecen servicios como reparaciones de forma puntual y sin demoras de tiempo.</li><li>-Utilización de herramientas y tecnologías modernas</li><li>-Tratamiento personalizado a cada cliente, con un asesoramiento.</li></ul>
<b>ANALISIS EXTERNO</b>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Elevada competencia en productos tecnológicos.</li><li>-Los productos sustitutivos asiáticos ofrecen un precio inferior.</li><li>-Envejecimiento de la población, ya que las personas de la tercera edad no están muy adaptadas a las nuevas tecnologías.</li><li>-La guerra de precios, ya que las grandes empresas, realizan una gran bajada de los precios de sus productos.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Focalizar nuestros productos a estratos de sociedad joven, ya que ellos han nacido en la era tecnológica.</li><li>-Escasez de empresas que se ocupan del asesoramiento publicitario relacionado con las empresas.</li><li>-Valoración positiva de la aplicación de dispositivos informáticos en las empresas.</li><li>-Los costes cada vez son menores para las organizaciones a la hora de aplicar las TIC.</li></ul>

La empresa tratará de aprovechar esas fortalezas e intentar corregir esas debilidades, gracias a estas acciones:

La ubicación de la empresa es adecuada para tener un gran porcentaje de ventas, es fundamental explotar adecuadamente dicha localización y así alcanzar un gran número de clientes. Podemos obtener clientes potenciales gracias a que la tienda tiene un gran tránsito de peatones y está próxima a empresas de servicios.

La organización debe ofrecer un servicio personalizado.

La empresa dispondrá de un personal bien formado con conocimientos necesarios en informática para poder informar a los clientes sobre los productos y/o servicios.

#### **4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

INFOR-REC ofrece productos electrónicos como son:

- Equipos informáticos, además de componentes y periféricos, todo relacionado con la tecnología y ofimática.
- Instalación de software específico para el funcionamiento y desarrollo de actividades de las propias empresas.
- Consumibles como cartuchos de tinta, tóner y fotoconductores, además de unidades de almacenamiento, como CD, DVD y pen-drives.
- Manuales de informática y libros, para fomentar y ampliar conocimientos para los amantes de las tecnologías.
- Teléfonos móviles, Smartphone libres.
- Video consolas y videojuegos para plataformas como Xbox, PlayStation y Nintendo.

Entre los servicios que ofreceremos destacan

- Asesoramiento y atención personalizada a los clientes y elaboración de presupuestos personalizados según las necesidades que demanden.
- Servicio, asistencia técnica y desarrollo de aplicaciones que las empresas necesiten para su funcionamiento.
- Diseño y mantenimiento de webs tanto para particulares como para las empresas.
- Reparaciones de elementos informáticos, teléfonos móviles y cambios de pantalla.
- Impresión de catálogos, carteles, folletos y tarjetas de visitas, todo ello relacionado con la publicidad de la empresa.
- Desarrollo de una aplicación similar a una nube de almacenamiento en la red. Esta aplicación es útil para los clientes que no pueden desplazarse a nuestras instalaciones ya que ellos mismos nos envían sus propias ideas sobre cualquier tipo de publicidad que necesiten. Además, esta aplicación muestra nuestras ofertas y descuentos y proporciona información sobre nuestros productos, con el objetivo de conseguir que todos nuestros clientes estén informados día a día sobre todos nuestros productos.
- Servicios de venta y reparación, sobretodo de componentes electrónicos y resolución de posibles averías que puedan aparecer en los dispositivos.

Entre los factores que consideramos como claves para conseguir el éxito destacan:

- Calidad a la hora de realizar los trabajos que nos demanden los clientes y que estén satisfechos con nuestra labor, ya que los consumidores son piezas elementales en un sector con una elevada competencia.

-Personalizar cada servicio y tener relaciones duraderas con los clientes.

-Tener una red de contactos amplia, por si es necesario externalizar cualquier servicio.

-Compromiso con el cliente para cumplir con los plazos que se establezcan y con la calidad establecida.

Para prestar un servicio de calidad sobre el tema publicitario y que se adapte a las necesidades del cliente, es necesario analizar la empresa, sus objetivos, la imagen, el posicionamiento, para llegar a tener una integración tanto de aspectos tecnológicos como corporativos. Por lo tanto, es fundamental la comunicación permanente con el cliente, intentando que siempre forme parte del proceso de prestación del servicio.

La función básica de nuestra empresa puede referirse a la venta de componentes informáticos junto con la prestación de servicios y asesoramiento a entidades sobre cuestiones publicitarias. Los diferentes grupos de clientes a los que nos vamos a dirigir son personas (particulares), empresas y entidades, como cooperativas y partidos políticos.

Un gran objetivo que se propone en esta compañía consiste en intentar fidelizar al cliente mediante un asesoramiento y atención personalizada con nuestro personal altamente cualificado, ofreciendo una gran variedad de productos con unos precios muy competitivos. Existe un gran esfuerzo por la empresa para intentar alcanzar un servicio técnico cualificado con nuestro personal, además de intentar tener disponible el producto con la mayor brevedad posible.

Se realizarán promociones especiales de productos, como en períodos de Navidad.

#### 4.1. CLIENTES

Dentro de nuestros clientes objetivo, se encuentran las empresas pequeñas y medianas además de todos los particulares sin distinción entre sexo. Para la venta de equipos informáticos nuestros clientes suelen ser personas de cualquier edad. La finalidad de la adquisición de equipos informáticos por parte de empresas suelen ser para tareas contables, administrativas, etc.

La forma en la que se va a trabajar en esta empresa, a la hora de ofrecer un servicio o venta de componentes, es el cobro de un 10% de su precio una vez confirmado el servicio que le vamos a ofrecer, mientras que la cantidad restante se pagará al finalizar el servicio, esto varía según la función del proyecto que se nos pida y la duración del mismo.

Por lo que hay que concentrar los esfuerzos en tratar de fidelizar a empresas próximas al entorno geográfico en el que nos localizamos, mediante visitas a parques empresariales, zonas de carácter comercial y organizaciones que están vinculadas a promociones inmobiliarias, que puedan utilizar nuestros productos y ser usuarios de nuestros dispositivos o servicios.

Otro cliente potencial puede ser la administración pública, mediante la firma de convenios ya que en numerosas ocasiones demandan productos electrónicos para sus oficinas.

Es importante captar también a posibles clientes particulares, que podrían adquirir nuestros productos, intentando que conozcan nuestros servicios y adaptándonos a las necesidades de estos consumidores.

#### 4.2. COMPETENCIA

Existe un crecimiento interanual en lo que se refiere al número de organizaciones del sector de la informática, similar al del nivel nacional. Las principales empresas de nueva creación suelen aparecer e instaurarse en zonas de Madrid y Cataluña, pero que captan clientes del resto del país.

La competencia a nivel local con la que me enfrentaré será:

Servijaen, Beep y UPI.

Además de Grandes superficies y cadenas de distribución que venden este tipo de productos, como pueden ser: El Corte Inglés y Carrefour. Es importante añadir distribuidoras virtuales de componentes informáticos, que no tienen una sede localizada, pero que venden sus productos a través de internet.

Entre los servicios y productos que ofertan estas empresas destacan en un 90% productos de componentes informáticos, mientras que el resto de compañías ofrecen servicios como diseño de Webs, impresión, asesoramiento publicitario.

Además de la competencia, existen numerosos productos sustitutivos, como por ejemplo en el área publicitaria, muchas empresas utilizan medios sociales para darse a conocer y mostrar los servicios que ofrecen, por lo que reemplaza a la publicidad tradicional que una entidad publicitaria puede ofertar.

En lo que respecta a dispositivos electrónicos, muchas pymes cuando es necesario contratar servicios informáticos, tratan de buscar a particulares o incluso trabajadores de la propia compañía que dispongan de conocimientos básicos de informática en vez de utilizar una empresa especializada.

Por esto, nuestra empresa debe ofrecer a los clientes, una serie de servicios que le aporten un valor añadido, que el consumidor sea capaz de valorar y percibir y que suponga una mayor ventaja contratar servicios de profesionales.

Existen otros competidores directos como son Mediamarkt y Amazon. El caso de éste último afecta a nuestra propia empresa con la venta online, las actividades que lleva a cabo son ventas de componentes y elementos informáticos al igual que nosotros pero de manera virtual. Esta compañía ha crecido de forma rápida, ya que no tienen la necesidad de tener establecimientos físicos.



Nos vamos a centrar en uno de nuestros principales competidores, UPI. Esta entidad se centra en una gama de productos habitual en la mayoría de establecimientos dedicados a la informática y electrónica de consumo, normalmente de gama baja, media y media-alta, ajustando los precios al máximo.



- ✓ Año de Constitución: 1995
- ✓ Página Web: <http://www.upiinformatica.com/>

A todo esto hay que añadir su dilatada experiencia de más de 20 años en el mundo de la tecnología.

Algunos de los productos de esta empresa que pueden ser sustitutos del nuestro son:

- Equipos informáticos
- Componentes informáticos

Esta empresa utiliza una estrategia de precios bajos con el objetivo de captar la atención de los clientes con unos productos normalmente de gama baja o media.

UPI cuenta con alrededor de 70 tiendas localizadas por España, que la hace un gran competidor de productos nuestros y una de ellas se encuentra situada en la localidad de Torredelcampo.

Servijaen, es otro competidor directo de nuestra empresa, posee más de diez años de experiencia, se sitúa en la localidad de Torredonjimeno y ofrecen servicios informáticos integrales, además de realizar operaciones de reparación microelectrónica. Cuenta con una gran cualificación técnica en personal, maquinaria y herramientas.

# ServiJAEN

- ✓ Año de Constitución: 2004
- ✓ Página Web: <http://www.servijaen.com/>

Otra empresa que es competidora directa es la compañía BEEP, debido a la gran gestión en asesoramiento sobre temas de informática. Es una Red de Tiendas especializadas de Informática con más de 100 tiendas en toda la geografía nacional, que ha generado un fuerte y novedoso canal dentro de las Tecnologías de la Información, lo que les sitúa en una posición de liderazgo en cuanto a la implantación de una red de Informática en España, siendo pionera en la incorporación de la última tecnología del mercado.



- ✓ Año de Constitución: 1990
- ✓ Página Web: <http://www.beep.es/>

#### 4.3. PROVEEDORES

Se trataría de buscar contratos con los proveedores que faciliten el desarrollo de nuestra actividad con precios que sean favorables para la empresa, pero con distintas marcas, para no tener productos exclusivos de un sólo proveedor.

Los proveedores de la compañía serán HP, ASUS y ACER, porque son los que mejores precios ofrecen, además hacen ofertas por cada pedido que se hace y traen el pedido en menos de 24 horas. Para analizar la oferta se tendrán en cuenta cuestiones como el precio, calidad, rapidez y garantía de los productos, así como el plazo de pago que puede ser hasta quince días.



## **5. PLAN DE MARKETING**

Es importante analizar las variables precio, producto, promoción y distribución.

En lo que respecta al producto son una serie de bienes y equipos que hemos referido anteriormente y que van unidos a una serie de servicios como reparación, mantenimiento y publicidad. Por lo que el objetivo es ofrecer un servicio completo, para satisfacer siempre las necesidades de los clientes y tratar de fidelizar tanto a empresas como a particulares.

El precio es un elemento importante, hay que ofrecer un precio más competitivo que el resto de empresas que tratan de comercializar productos similares a los nuestros, manteniendo la calidad en el servicio.

Para la publicidad y la promoción del servicio se utilizarán panfletos y folletos que obtendremos de nuestras máquinas de impresión para que el público conozca nuestros productos y servicios que ofrecemos, se repartirán en la propia localidad, municipios próximos y en Jaén capital. También se utilizarán cuñas publicitarias en radios locales y en la televisión local.

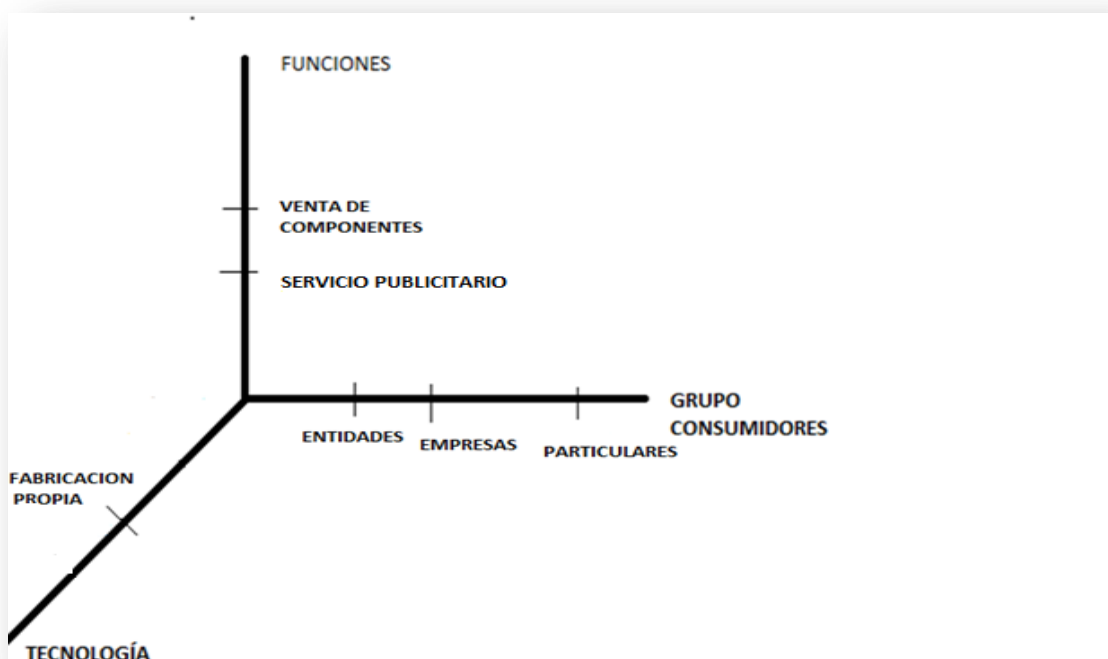
Cualquier trabajador de la empresa, tendrá potestad para la presentación de los servicios de forma personalizada a cada cliente, para ello es necesario conocer las necesidades reales, con el objetivo de ofrecer un correcto servicio y asesoramiento, ajustando necesidades, presupuestos y posibles soluciones.

### Variables de segmentación.

La edad no es un factor relevante para determinar la demanda de nuestros productos. Cada vez son más los jóvenes los que están en contacto con la tecnología. Los clientes presentan características muy similares respecto a sus necesidades y a las ventajas esperadas del producto.

Además nuestros clientes serán personas y empresas situadas en la localidad de Torredelcampo y municipios próximos a la ubicación de la organización.

## Gráfico N°7. Esquema función-cliente de INFOR-REC.



Como se representa en este gráfico, las funciones que ofrecemos son venta de componentes y servicios, como asesoramiento publicitario. Todos ellos destinados a empresas, entidades y particulares.

Para dar a conocer nuestros propios servicios y productos, se realizará de las siguientes formas:

-Mailing, para los clientes que ya hemos tenido contacto con ellos, para ofrecerles información sobre próximos descuentos y ofertas.

-Visitas personalizadas, con contacto previo telefónico, en estas reuniones se enseñará el funcionamiento y el trabajo realizado por la propia entidad.

-Acuerdos con organizaciones o asociaciones de empresarios para ofrecer nuestros productos y servicios.

-Presentación de nuestros servicios a promotoras, constructoras, inmobiliarias y empresas de arquitectura.

-Reuniones con empresas de servicios informáticos, para ofrecerles la posibilidad de subcontratar nuestras actividades relacionadas con la publicidad.

-Campañas tanto en Internet como en prensa.

Las acciones de promoción tratarán de buscar los siguientes objetivos:

-Ofrecer las ventajas de los servicios de una manera atractiva y sencilla para el cliente.

-Crear una imagen de calidad y prestigio, con la que el cliente se sienta identificado.

Con esto se pretende lograr que los prescriptores de nuestros servicios sean los propios clientes y usuarios de los servicios que ofrecemos para las empresas, para intentar lograr la satisfacción final de nuestros consumidores y que nos recomienden a otras personas y se logre la publicidad conocida como “boca a boca”.

Desde INFOR-REC, se considera que los productos y servicios más novedosos que aportará al mercado son los siguientes:

-Servicios como publicidad, ya que existen pocas empresas que las realicen en la propia localidad.

-Aprovechamiento de las sinergias, debido a la formación del promotor junto con las de los trabajadores.

-Calidad en el servicio, centrarse en ofrecer calidad en sus productos y servicios, que se unirán a otros elementos como el asesoramiento a los clientes por parte de todos los trabajadores de la empresa, junto con el uso de las tecnologías incorporadas a la empresa, todo esto unido a un servicio de averías.

-Asesoramiento a los clientes, muchas veces en este sector debido a la gran demanda que existe, es frecuente que el cliente no sepa lo que desea debido al gran avance tecnológico que existe, por eso muchas veces se ofrecen servicios que no son necesarios y que al propio cliente le reportan poca utilidad, por lo que es fundamental personalizar el servicio a cada cliente y satisfacer sus exigencias.

### 5.1. PRODUCTO

Se puede realizar una clasificación de los productos en dos grandes grupos, equipos y software específico.

-Equipos, es la parte tangible de la que la empresa debe hacerse cargo, como no somos fabricantes de elementos informáticos, para la venta de estos elementos, es necesario la compra de los artículos a través de mayoristas o distribuidores. Podemos destacar portátiles, ordenadores personales, hardware, etc. Como se observa en la siguiente tabla.

### Gráfico N°8. Oferta de ordenadores.

EQUIPO	TIPO	USO	DISTRIBUIDORES
Ordenadores	Sobremesas	PC de escritorio, actividades de ofimática e ingeniería, diseño, etc....	- Grandes marcas como las anteriormente mencionadas. - Mayoristas.
	Portátiles	Movilidad, conexión inalámbrica, ofimática, etc....	
	Servidores	Redes locales de alto rendimiento, seguridad, correo, <i>hosting</i> , etc....	- Grandes superficies.
	Modem/Routers	Acceso a Internet de alta velocidad.	- Marcas.

### Gráfico N°9. Oferta de componentes.

EQUIPO	TIPO	USO	DISTRIBUIDORES
Piezas	Sobremesas	Repuestos, cambios, mantenimiento.	- Grandes marcas. - Mayoristas.
	Portátiles	Repuestos, cambios, mantenimiento.	
	Servidores	Repuestos, cambios, mantenimiento.	- Grandes superficies.

-Software, puede ser mediante un desarrollo estándar o un desarrollo que pida el cliente de forma específica, como por ejemplo antivirus, software de oficina y contabilidad.

### Gráfico N°10.Oferta de programas informáticos.

TIPO	USO	DISTRIBUIDORES
Ofimática	Redacción de documentos, hojas de cálculo, etc....	- Grandes marcas. - Mayoristas. - Grandes superficies.
Grabación	Copias de seguridad.	
Seguridad	Antivirus, antispam, antispay, etc....	
Contabilidad	Contabilidad de la empresa	
Web/ Aplicaciones	Implementación de páginas web y/o aplicaciones de	- Desarrollo propio, proyectos software.

### 5.1.1 Desarrollo de servicios relacionados

Se incluyen aquí la instalación del producto, el asesoramiento sobre su utilización, el mantenimiento, garantía, asistencia técnica y financiación de su compra. Es fundamental satisfacer la necesidad del cliente y por ello hay que ofrecer un trabajo de calidad por lo tanto los principales servicios que se pueden ofrecer son mantenimiento de páginas webs, asesoramiento y publicidad.

### 5.1.2 Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto se describe a través de la evolución de las ventas y los beneficios, desde el lanzamiento del producto hasta su retirada. En cada etapa varían los resultados y actuaciones de la competencia por lo que deben emplearse estrategias de Marketing distintas. Nuestra empresa debe darse a conocer en el mercado por lo que estamos en la fase de lanzamiento.

Es fundamental contar con los recursos necesarios para actualizar el producto en el caso de que los cambios del entorno lo requieran.

## 5.2 EL PRECIO

El precio no es sólo la cantidad de dinero que se paga por obtener un producto, sino también el tiempo utilizado para conseguirlo.

El precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto. Un precio alto es sinónimo, muchas veces, de calidad, y un precio bajo de lo contrario. El precio también tiene una gran influencia sobre los ingresos y beneficios de la empresa

Las decisiones que se han tomado sobre los precios incluyen el diseño y puesta en práctica de políticas relativas a:

El análisis de los costes es un paso previo y obligado para establecer una estrategia de precios, ya que el coste del producto establece un nivel mínimo para el precio de venta.

Un factor importante son los precios que oferta la competencia por servicios y productos similares a los nuestros. Debido a que es una empresa de reciente creación, es necesario llamar la atención del cliente y ganarse su confianza. Por ello los precios deben de estar por debajo de los de la competencia.

Hay muchas empresas que se dedican a reparación, mantenimiento y soporte tecnológicos, por ello se han analizado a nuestros principales competidores directos, realizando un importante análisis de los precios que ellos tienen en los componentes informáticos. En el siguiente cuadro se detallan los precios medios de los servicios, en comparación al análisis que hemos realizado de la competencia, expresados en euros.

### Gráfico N°11. Comparación de nuestros servicios.

Servicios de Internet	Infor-Rec	Servijaen	UPI
Creación web	300	400-600	500
Alta en buscadores	100	200	400
Promoción en Web	1800	1500-2000	2100
Mantenimiento	250	200-500	400
Tienda en Internet	1200	1000-1500	1300
Diseño Web	200	350	400
Diseño Corporativo	150	100	-
Creación Catálogo	500	400	-
Elaboración Folletos	600	700	-

Para obtener los datos de esta gráfica, se han analizado los precios de la empresa UPI y Servijaen, ya que son nuestras principales competidoras, para los distintos servicios de Internet que se pueden ofrecer, para ello hemos clasificado en tres variables, diseño web, diseño gráfico. La compañía analizada UPI, no cuenta con servicios como creaciones de catálogos, elaboración de folletos y diseños corporativos entre otros.

El objetivo que tiene la empresa es tratar de fidelizar el cliente mediante:

-Llamadas telefónicas posteriores a las compras para ver el grado de satisfacción de los productos, además de atención telefónica en la empresa para resolver dudas a cualquier persona, dentro de un horario comercial tanto por la mañana como por la tarde.

-Si es necesario, para averías, se puede desplazar nuestro técnico al domicilio para examinar el problema y tratarlo de resolver ofreciendo un servicio gratuito y si en el domicilio no es posible, traerlo a la propia tienda.

-Si existen problemas de productos defectuosos, tanto de software como de hardware, la empresa se haría cargo y realizaría una queja a los propios proveedores Intentando reemplazar el producto al cliente con la mayor brevedad posible.

-Respecto a los servicios de publicidad, la empresa estaría en contacto permanente en períodos posteriores a la prestación de los servicios para comprobar el grado de alcance que han tenido los servicios de publicidad.

### 5.3 LA DISTRIBUCIÓN

Tiene como objetivo poner a disposición del mercado los productos. Para elegir la distribución no sólo hemos considerado aspectos económicos sino también el grado de control del mercado y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno.

#### 5.3.1 Canales de distribución

La empresa suministra el producto al cliente directamente, sin pasar por los intermediarios. Es una distribución directa para controlar el correcto funcionamiento del producto. Para que el producto llegue al consumidor contamos con personas cualificadas para la instalación y asesoramiento que poseen vehículos propios, ya que no es necesaria la utilización de otro medio de transporte.

Ofrecer productos bajo pedido del cliente, supondrá una reducción del coste, ya que el nivel de inventario es reducido y esto hará que no se necesiten grandes almacenes para depositar los elementos informáticos y por último al no disponer de stock, se reduce el riesgo de robos o que los productos en los almacenes queden obsoletos.

### 5.4 LA PROMOCIÓN

Teniendo en cuenta las características del producto, mercado y competencia y de las estrategias perseguidas la mejor promoción es la venta personal.

Las decisiones que hemos tomado sobre promoción incluyen el diseño y puesta en práctica de políticas relativas a:

#### 5.4.1 Promoción de ventas

Para estimular las ventas cuando el pedido supera una cantidad hemos decidido hacer un descuento sobre volumen de ventas o incluir un mantenimiento semestral gratuito.

#### 5.4.2 Plan de comunicación

Nuestros clientes pueden conocer nuestra oferta mediante nuestra página web, por anuncios televisivos y mediante folletos enviados a domicilio. Es fundamental la comunicación directa con el cliente, para así asesorar de nuevos productos, servicios y tratar de que los propios consumidores tomen la mejor opción de compra. Es importante también, tener un gran contacto con los proveedores y establecer relaciones duraderas y estables con los mismos.

Por lo tanto cuando el cliente acuda a nuestras instalaciones, se informará sobre los equipos y las tecnologías que se adapten a las propias necesidades, indicándole los beneficios que éstos le pueden aportar. Para la labor de publicidad, se realizará un análisis sobre los recursos que dispone la empresa, las necesidades y por último el presupuesto para el cliente.

## **6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS**

El promotor es el eje principal de la dirección y gestión de la empresa, entre sus principales tareas destacan administración, elaboración de presupuestos, supervisión y coordinación de los trabajos de servicios Internet, diseño gráfico y contacto con proveedores. A medida que la empresa crezca, buscar opciones de inversión y evaluarlas, teniendo en cuenta cuál presenta una mayor rentabilidad. Además de cuestiones como la creación de nuevos productos, adquisición de activos, ampliación del local.

### ***DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO: GERENTE***

- ***IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO***
  - Denominación actual: GERENTE DE INFOR-REC S.L.
  - Área: Departamento de administración y director financiero.
  - Número de ocupantes: Solo una persona ocupa el puesto de gerente.
    - ***PERSONAL A SU CARGO***
      - Número de personas: 2
  - Nombre de sus puestos: Director Técnico y Director de Área de publicidad.
    - ***DESCRIPCIÓN DEL PUESTO***
      - Supervisar el funcionamiento de las distintas áreas.
      - Dirección de los RRHH.
      - Representación de la compañía.
      - Supervisar las cuentas y movimientos contables de la empresa.
      - Controlar sistema de incentivos.
        - ***RELACIONES EXTERNAS***
          - Mantener relaciones de satisfacción del cliente a través de llamadas y cumpliendo con los plazos de entrega.
          - Búsqueda de financiación con entidades financieras.
            - ***CONDICIONES DE TRABAJO***
              - Desplazamientos frecuentes.
                - ***REQUERIMIENTOS PARA EL PUESTO DE TRABAJO***
                  - Titulación: Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas
                  - Formación complementaria necesaria:  
Informática.  
Contabilidad  
RRHH
                - ***OTROS***
                  - Carnet de conducir y vehículo propio.

### ***DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO: DIRECTOR TÉCNICO***

- ***IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO***
  - Denominación actual: TÉCNICO DE INFOR-REC S.L.
  - Área: Departamento de atención al cliente y reparación.
  - Número de ocupantes: Solo una persona ocupa el puesto.
    - ***PERSONAL A SU CARGO***
      - Número de personas: 0
    - ***DESCRIPCIÓN DEL PUESTO***
      - Atención a las demandas de los clientes.

- Proporcionar el producto demandado por el cliente.
- Gestionar los pedidos y repartos.
- Reparación de averías.
- Cumplimiento de estándares de calidad.
  - *RELACIONES EXTERNAS*
- Cumplir con los plazos de reparación y entrega.
  - *CONDICIONES DE TRABAJO*
- Atención al cliente en persona o por teléfono.
  - *REQUERIMIENTOS PARA EL PUESTO DE TRABAJO*
- Titulación: Ingeniería Informática
- Formación complementaria necesaria:  
Contabilidad  
RRHH
  - *OTROS*
- Carnet de conducir.

Para el puesto de técnico, es imprescindible una persona con formación en ingeniería informática, para atender a los clientes en la venta de equipos informáticos y reparaciones de posibles averías que puedan aparecer a los propios clientes, tanto de hardware como de software.

#### ***DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO: DIRECTOR ÁREA PUBLICIDAD***

- *IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO*
- Denominación actual: TÉCNICO DE INFOR-REC S.L.
- Área: Departamento de publicidad y marketing.
- Número de ocupantes: Solo una persona ocupa el puesto.
  - *PERSONAL A SU CARGO*
- Número de personas: 0
  - *DESCRIPCIÓN DEL PUESTO*
- Atención a las demandas de los clientes.
- Proporcionar el servicio demandado por el cliente.
- Gestionar los pedidos.
- Cumplimiento de estándares de calidad.
  - *RELACIONES EXTERNAS*
- Cumplir con los plazos entrega.
  - *CONDICIONES DE TRABAJO*
- Atención al cliente en persona o por teléfono.
  - *REQUERIMIENTOS PARA EL PUESTO DE TRABAJO*
- Titulación: Ingeniería Informática
- Formación complementaria necesaria:  
Photoshop  
Coreldraw
  - *OTROS*
- Carnet de conducir.

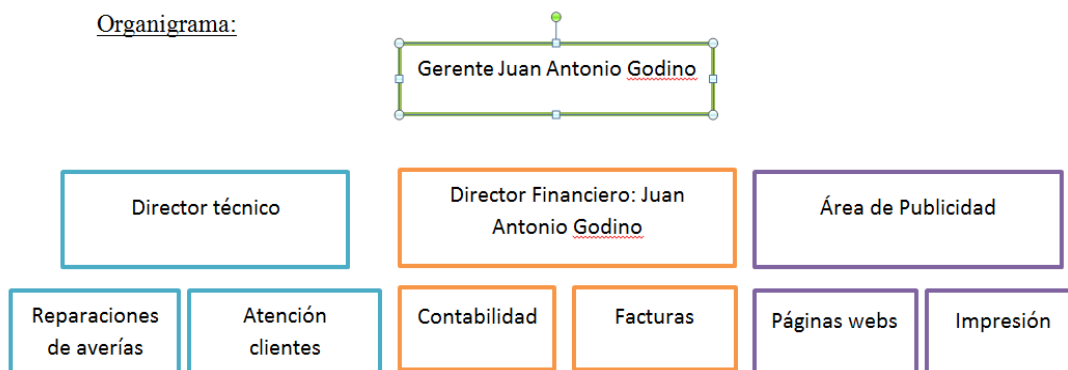
Para la tarea de publicidad de páginas webs y mantenimiento, además de impresión de patrocinio para las empresas, es imprescindible una persona con gran experiencia en otras empresas de similares características y con formación en ingeniería informática, por lo que se va a encargar del área de diseño. Otras operaciones que se realizarán, son

las creaciones de logos y elaboración de catálogos. Debe tener conocimiento en programas como photoshop, coreldraw, capacidad de trabajar de forma autónoma.

### 6.1 ORGANIGRAMA. ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN

La estructura de la empresa, no va a ser complicada, debido al reducido número de trabajadores que son necesarios para el funcionamiento de la entidad. Es fundamental la interrelación que debe existir entre los distintos departamentos o áreas para que exista una unión entre los distintos perfiles y se logren alcanzar todos los servicios ofertados.

Para la selección de los trabajadores que compartirán el trabajo junto al promotor, se realizarán reuniones del gerente con personas que deseen trabajar adjuntando el Curriculum Vitae y que cuenten con los requisitos de formación que han sido expuestos anteriormente. Si ningún candidato se adapta a las necesidades que exige el gerente, se recurrirá a los servicios públicos de empleo.



### 6.2. FORMA DE CONTRATACIÓN

Las contrataciones se harán de forma indefinida, se tratará de alcanzar un buen clima laboral y esto permitirá que mejore la calidad del servicio ya que los propios trabajadores se encuentran motivados en el trabajo y se involucran en la actividad de la empresa.

#### Gráfico N°12. Tabla con tipo de contrato y remuneración.

| <b>Puesto</b>               | <b>Tipo de Contrato</b> | <b>Sueldo Bruto mensual</b> |
|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| <b>Técnico informático</b>  | Jornada completa.       | 900€                        |
| <b>Técnico publicitario</b> | Jornada completa        | 900€                        |
| <b>Gerente</b>              | Jornada completa        | 1500€                       |

El salario del gerente será de 1500€ en el primer año y tendrá incrementos a medida que la empresa se afiance. Los incrementos de los trabajadores serán superiores al IPC con el fin de que los trabajadores se involucren en la empresa.

La compañía llevará a cabo unas acciones para que los trabajadores se encuentren motivados dentro de la empresa, ya que el capital humano es fundamental para el desarrollo de la actividad, dichas acciones son:

- Alcanzar unas condiciones óptimas en el trabajo, para que el propio trabajador esté cómodo desempeñando sus tareas.
- Reconocer logros, premiando diversas actuaciones.
- Conciliación de la vida familiar de los trabajadores con la laboral.

## **7. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN**

La empresa, en su fase inicial, necesita una serie de inversiones para el funcionamiento y ofrecer unos servicios de calidad. Por ello, se elabora un presupuesto de inversión, que muestre los distintos elementos que serían necesarios.

Para cualquier entidad es fundamental contar con una serie de bienes y derechos para el desarrollo de su propia actividad, éstos con lo que cuenta la propia organización se conoce como activo de la empresa, y vamos a distinguir entre activo no corriente y activo corriente.

Dentro del activo no corriente, están todos los bienes que como media su régimen de permanencia es superior a un año, según la naturaleza de estos bienes se pueden clasificar en tangibles o intangibles. Mientras que el activo corriente está formado por los bienes con permanencia inferior a un año, son utilizados en el desarrollo de la propia actividad para evitar dificultades de insolvencia o paradas en el desarrollo normal de su actividad, es necesario contar con una cantidad de dinero inicial para afrontar posibles pagos en los primeros meses.

Para financiar los activos, se requieren dos tipos de financiación que son recursos propios y recursos ajenos.

Los recursos propios son con los que cuenta la empresa y están formados por el capital que aporte el socio promotor, puede ser tanto dinero como en especie, con el paso del tiempo, también será un recurso propio las reservas que la empresa destine de sus beneficios que no serán distribuidos por la entidad como consecuencia de la realización de su actividad. Un aspecto fundamental de estos recursos es que no son exigibles y por eso la empresa no tiene la obligación de devolverlos.

Por otra parte, están los recursos ajenos, que proceden de instituciones financieras como por ejemplo bancos, sociedades de crédito o que pertenecen a terceras personas, esta financiación debe ser devuelta por la empresa en los plazos que se estipulen por las distintas partes que intervengan. Pueden ser de dos tipos, a largo plazo, cuando el plazo a devolver sea superior a un año, o a corto plazo, cuando el periodo de devolución sea inferior a un año.

Se tiene que definir una relación adecuada entre fondos propios y fondos ajenos, por eso la siguiente tabla muestra la estructura financiera que va a tener la organización.

Estructura Financiera:

Fondos Propios 45.000 €

Fondos Ajenos 35.000 €

## 1-Inversión

| INVERSIONES EN<br>ACTIVOS NO<br>CORRIENTES | Inversión     | Amortización<br>Acumulada       | plazo<br>medio de | % amortización                    | Cuota<br>anual<br>amortiz. | Cuota<br>anual<br>amortiz. | Cuota<br>anual<br>amortiz. | Cuota<br>anual<br>amortiz. | Cuota<br>anual<br>amortiz. |
|--------------------------------------------|---------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|                                            | Inicial       | Previa                          | amortizació<br>n  | anual                             | 2017                       | 2018                       | 2019                       | 2020                       | 2021                       |
| <b>Inmovilizado Material</b>               | <b>20.025</b> | -                               |                   |                                   | <b>2.024</b>               | <b>2.024</b>               | <b>2.024</b>               | <b>2.024</b>               | <b>2.024</b>               |
| Edificaciones                              | 0             | 0                               | 99,00             | 1,01%                             | 0                          | 0                          | 0                          | 0                          | 0                          |
| Instalaciones                              | 0             | 0                               | 99,00             | 1,01%                             | 0                          | 0                          | 0                          | 0                          | 0                          |
| Maquinaria                                 | 8.000         | 0                               | 18,00             | 5,56%                             | 444                        | 444                        | 444                        | 444                        | 444                        |
| Utrillaje y herramientas                   | 750           | 0                               | 8,00              | 12,50%                            | 94                         | 94                         | 94                         | 94                         | 94                         |
| Mobiliario                                 | 3.000         | 0                               | 10,00             | 10,00%                            | 300                        | 300                        | 300                        | 300                        | 300                        |
| Elementos de<br>transporte                 | 6.000         | 0                               | 8,00              | 12,50%                            | 750                        | 750                        | 750                        | 750                        | 750                        |
| Equipos Informáticos /<br>EPIs             | 2.175         | 0                               | 5,00              | 20,00%                            | 435                        | 435                        | 435                        | 435                        | 435                        |
| Otros inmovilizados<br>materiales          | 100           | 0                               | 99,00             | 1,01%                             | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          | 1                          |
| <b>Inmovilizado<br/>Inmaterial</b>         | <b>2.200</b>  | -                               | 3,50              | 28,57%                            | <b>629</b>                 | <b>629</b>                 | <b>629</b>                 | <b>314</b>                 | -                          |
| <b>Totales</b>                             | <b>22.225</b> | -                               |                   | <b>Amortizaciones<br/>anuales</b> | <b>2.653</b>               | <b>2.653</b>               | <b>2.653</b>               | <b>2.338</b>               | <b>2.024</b>               |
|                                            |               | Vida útil ponderada<br>prevista | <b>11,54</b>      | años                              |                            |                            |                            |                            |                            |

Estos son todos los bienes que la empresa necesita para emprender su camino y desarrollar su actividad de manera adecuada siempre satisfaciendo la necesidad del cliente.

## 2-Financiación

| Datos Préstamos                             | Préstamo 1 |                       |              |
|---------------------------------------------|------------|-----------------------|--------------|
| Principales                                 | 35.000     |                       |              |
| Interés nominal anual                       | 3,00%      | Inversión en ANC      | 24.570,00 €  |
| Gastos iniciales                            | 0,00%      |                       |              |
| Nº total de pagos                           | 240        | Inversión en AC       | 17.500,00 €  |
| Nº pagos por año                            | 12         | Total de la Inversión | 42.070,00 €  |
| Periodos de carencia                        | 0 periodos |                       |              |
| Financiación de la Inversión                |            | Importe               | %            |
| <b>Patrimonio Neto ( Recursos Propios )</b> |            | <b>44.305</b>         | <b>55,9%</b> |
| Capital Social (aportaciones dinerarias)    |            | 45.000                | 56,7%        |
| Capital Social (aportaciones no dinerarias) |            | -                     | 0,0%         |
| Gastos de constitución                      |            | ( 695 )               | (0,9%)       |

Se ha realizado unas inversiones con un valor de 17.500 euros de existencias iniciales de las cuales 10.000 son equipos informáticos y 7.500 son componentes.

La inversión en activos no corrientes está formada por las siguientes partidas:

|                                        |              |
|----------------------------------------|--------------|
| <b>Maquinaria</b>                      | <b>8.000</b> |
| <b>Utillaje y Herramienta</b>          | <b>750</b>   |
| <b>Mobiliario</b>                      | <b>3.000</b> |
| <b>Elementos de transporte</b>         | <b>6.000</b> |
| <b>Equipos Tratamiento Información</b> | <b>2.175</b> |
| <b>Otro Inmovilizado Material</b>      | <b>100</b>   |
| <b>Inmovilizado Inmaterial</b>         | <b>2.200</b> |
| <b>Gastos de Constitución</b>          | <b>695</b>   |
| <b>Gastos de Establecimiento</b>       | <b>1.450</b> |
| <b>Inmovilizado Financiero L. P.</b>   | <b>200</b>   |

### 3-Previsiones de Ventas Año 1: 2017

| Ventas (Unidades)          | enero<br>2017 | febrero<br>2017 | marzo<br>2017 | abril<br>2017 | mayo<br>2017 | junio<br>2017 | julio<br>2017 | agosto<br>2017 | septiembre<br>2017 | octubre<br>2017 | noviembre<br>2017 | diciembre<br>2017 | Totales<br>2017 |
|----------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Equipos Informáticos       | 8             | 4               | 4             | 5             | 5            | 6             | 6             | 7              | 8                  | 10              | 22                | 74                | 159             |
| Consumibles                | 8             | 9               | 10            | 11            | 12           | 13            | 14            | 15             | 15                 | 16              | 35                | 92                | 249             |
| Reparaciones               | 5             | 6               | 6             | 7             | 7            | 8             | 9             | 9              | 10                 | 10              | 22                | 50                | 148             |
| Asesoramiento Publicitario | 1             | 2               | 2             | 2             | 2            | 2             | 2             | 3              | 3                  | 3               | 6                 | 18                | 46              |
| Diseño Páginas Webs        | 3             | 4               | 4             | 4             | 5            | 5             | 6             | 6              | 6                  | 6               | 14                | 37                | 100             |
| Software Específico        | 1             | 1               | 1             | 3             | 3            | 4             | 2             | 2              | 2                  | 2               | 5                 | 15                | 42              |
| Mantenimiento Webs         | 6             | 7               | 8             | 9             | 10           | 10            | 11            | 12             | 12                 | 13              | 28                | 54                | 180             |
| Consolas                   | 2             | 2               | 2             | 2             | 7            | 8             | 8             | 9              | 5                  | 5               | 11                | 34                | 95              |
| <b>Totales</b>             | <b>34</b>     | <b>34</b>       | <b>37</b>     | <b>43</b>     | <b>51</b>    | <b>55</b>     | <b>58</b>     | <b>61</b>      | <b>61</b>          | <b>65</b>       | <b>144</b>        | <b>375</b>        | <b>1.019</b>    |

### Previsiones de Ventas Año 2: 2018

| Ventas (Unidades)          | enero<br>2018 | febrero<br>2018 | marzo<br>2018 | abril<br>2018 | mayo<br>2018 | junio<br>2018 | julio<br>2018 | agosto<br>2018 | septiembre<br>2018 | octubre<br>2018 | noviembre<br>2018 | diciembre<br>2018 | Totales<br>2018 |
|----------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Equipos Informáticos       | 10            | 10              | 10            | 10            | 10           | 10            | 10            | 10             | 11                 | 11              | 23                | 23                | 150             |
| Consumibles                | 16            | 16              | 16            | 16            | 16           | 17            | 17            | 17             | 17                 | 17              | 37                | 74                | 276             |
| Reparaciones               | 10            | 10              | 10            | 10            | 10           | 10            | 10            | 10             | 11                 | 11              | 23                | 70                | 196             |
| Asesoramiento Publicitario | 3             | 3               | 3             | 3             | 3            | 3             | 3             | 3              | 3                  | 3               | 7                 | 20                | 55              |
| Diseño Páginas Webs        | 6             | 6               | 6             | 7             | 7            | 7             | 7             | 7              | 7                  | 7               | 15                | 45                | 125             |
| Software Específico        | 2             | 2               | 2             | 2             | 2            | 2             | 2             | 2              | 2                  | 2               | 5                 | 16                | 45              |
| Mantenimiento Webs         | 13            | 13              | 13            | 13            | 13           | 13            | 13            | 13             | 13                 | 14              | 30                | 89                | 251             |
| Consolas                   | 5             | 5               | 5             | 5             | 5            | 5             | 5             | 5              | 5                  | 6               | 12                | 36                | 102             |
| <b>Total</b>               | <b>66</b>     | <b>66</b>       | <b>67</b>     | <b>67</b>     | <b>67</b>    | <b>68</b>     | <b>68</b>     | <b>68</b>      | <b>69</b>          | <b>69</b>       | <b>152</b>        | <b>373</b>        | <b>1.201</b>    |

### Previsiones de Ventas Año 3: 2019

| Ventas (Unidades)          | enero 2019 | febrero 2019 | marzo 2019 | abril 2019 | mayo 2019 | junio 2019 | julio 2019 | agosto 2019 | septiembre 2019 | octubre 2019 | noviembre 2019 | diciembre 2019 | Totales 2019 |
|----------------------------|------------|--------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| Equipos Informáticos       | 11         | 11           | 11         | 11         | 11        | 11         | 11         | 11          | 11              | 11           | 24             | 24             | 158          |
| Consumibles                | 17         | 17           | 17         | 17         | 17        | 17         | 17         | 18          | 18              | 18           | 39             | 78             | 291          |
| Reparaciones               | 11         | 11           | 11         | 11         | 11        | 11         | 11         | 11          | 11              | 11           | 24             | 73             | 206          |
| Asesoramiento Publicitario | 3          | 3            | 3          | 3          | 3         | 3          | 3          | 3           | 3               | 3            | 7              | 20             | 58           |
| Diseño Páginas Webs        | 7          | 7            | 7          | 7          | 7         | 7          | 7          | 7           | 7               | 7            | 16             | 47             | 132          |
| Software Específico        | 2          | 2            | 2          | 3          | 3         | 3          | 3          | 3           | 3               | 3            | 6              | 17             | 48           |
| Mantenimiento Webs         | 14         | 14           | 14         | 14         | 14        | 14         | 14         | 14          | 14              | 14           | 31             | 94             | 264          |
| Consolas                   | 6          | 6            | 6          | 6          | 6         | 6          | 6          | 6           | 6               | 6            | 13             | 38             | 107          |
| <b>Total</b>               | <b>70</b>  | <b>70</b>    | <b>70</b>  | <b>71</b>  | <b>71</b> | <b>71</b>  | <b>72</b>  | <b>72</b>   | <b>72</b>       | <b>73</b>    | <b>160</b>     | <b>392</b>     | <b>1.263</b> |

### Previsiones de Ventas Año 4: 2020

| Ventas (Unidades)          | enero 2020 | febrero 2020 | marzo 2020 | abril 2020 | mayo 2020 | junio 2020 | julio 2020 | agosto 2020 | septiembre 2020 | octubre 2020 | noviembre 2020 | diciembre 2020 | Totales 2020 |
|----------------------------|------------|--------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| Equipos Informáticos       | 11         | 11           | 11         | 11         | 11        | 11         | 11         | 11          | 11              | 11           | 25             | 25             | 163          |
| Consumibles                | 18         | 18           | 18         | 18         | 18        | 18         | 18         | 18          | 18              | 18           | 40             | 80             | 300          |
| Reparaciones               | 11         | 11           | 11         | 11         | 11        | 11         | 11         | 11          | 11              | 11           | 25             | 75             | 212          |
| Asesoramiento Publicitario | 3          | 3            | 3          | 3          | 3         | 3          | 3          | 3           | 3               | 3            | 7              | 21             | 59           |
| Diseño Páginas Webs        | 7          | 7            | 7          | 7          | 7         | 7          | 7          | 7           | 7               | 7            | 16             | 48             | 136          |
| Software Específico        | 3          | 3            | 3          | 3          | 3         | 3          | 3          | 3           | 3               | 3            | 6              | 17             | 49           |
| Mantenimiento Webs         | 14         | 14           | 14         | 14         | 14        | 14         | 14         | 14          | 15              | 15           | 32             | 96             | 272          |
| Consolas                   | 6          | 6            | 6          | 6          | 6         | 6          | 6          | 6           | 6               | 6            | 13             | 39             | 111          |
| <b>Total</b>               | <b>73</b>  | <b>73</b>    | <b>73</b>  | <b>73</b>  | <b>74</b> | <b>74</b>  | <b>74</b>  | <b>74</b>   | <b>74</b>       | <b>75</b>    | <b>164</b>     | <b>402</b>     | <b>1.303</b> |

## Previsiones de Ventas Año 5: 2021

| Ventas (Unidades)          | enero<br>2021 | febrero<br>2021 | marzo<br>2021 | abril<br>2021 | mayo<br>2021 | junio<br>2021 | julio<br>2021 | agosto<br>2021 | septiembre<br>2021 | octubre<br>2021 | noviembre<br>2021 | diciembre<br>2021 | Totales 2021 |
|----------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|-----------------|-------------------|-------------------|--------------|
| Equipos Informáticos       | 11            | 11              | 11            | 12            | 12           | 12            | 12            | 12             | 12                 | 12              | 26                | 26                | 167          |
| Consumibles                | 18            | 18              | 18            | 18            | 18           | 18            | 19            | 19             | 19                 | 19              | 41                | 82                | 308          |
| Reparaciones               | 11            | 11              | 11            | 11            | 12           | 12            | 12            | 12             | 12                 | 12              | 26                | 77                | 218          |
| Asesoramiento Publicitario | 3             | 3               | 3             | 3             | 3            | 3             | 3             | 3              | 3                  | 3               | 7                 | 22                | 61           |
| Diseño Páginas Webs        | 7             | 7               | 7             | 7             | 7            | 7             | 7             | 7              | 7                  | 7               | 16                | 49                | 139          |
| Software Específico        | 3             | 3               | 3             | 3             | 3            | 3             | 3             | 3              | 3                  | 3               | 6                 | 18                | 51           |
| Mantenimiento Webs         | 15            | 15              | 15            | 15            | 15           | 15            | 15            | 15             | 15                 | 15              | 33                | 98                | 279          |
| Consolas                   | 6             | 6               | 6             | 6             | 6            | 6             | 6             | 6              | 6                  | 6               | 13                | 40                | 114          |
| <b>Total</b>               | <b>75</b>     | <b>75</b>       | <b>75</b>     | <b>75</b>     | <b>75</b>    | <b>76</b>     | <b>76</b>     | <b>76</b>      | <b>76</b>          | <b>76</b>       | <b>168</b>        | <b>412</b>        | <b>1.336</b> |

Las anteriores tablas muestran las previsiones del número de ventas de cada familia de productos de los cinco años, junto a la sumatoria de cada mes.

#### 4-Precios de Venta e incrementos interanuales

|                                                  | Año 1<br>2017    | Año 2<br>2018            |                  | Año 3<br>2019            |                  | Año 4<br>2020            |                  | Año 5<br>2021            |                  |
|--------------------------------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|
| Familias de Productos<br>(productos o servicios) | Precios<br>Venta | incremento<br>interanual | Precios<br>Venta | incremento<br>interanual | Precios<br>Venta | incremento<br>interanual | Precios<br>Venta | incremento<br>interanual | Precios<br>Venta |
| Equipos Informáticos                             | 350,00           | 1,5%                     | 355,25           | 1,5%                     | 360,58           | 1,5%                     | 365,99           | 1,5%                     | 371,48           |
| Consumibles                                      | 30,00            | 1,5%                     | 30,45            | 1,5%                     | 30,91            | 1,5%                     | 31,37            | 1,5%                     | 31,84            |
| Reparaciones                                     | 40,00            | 1,5%                     | 40,60            | 1,5%                     | 41,21            | 1,5%                     | 41,83            | 1,5%                     | 42,45            |
| Asesoramiento<br>Publicitario                    | 50,00            | 1,5%                     | 50,75            | 1,5%                     | 51,51            | 1,5%                     | 52,28            | 1,5%                     | 53,07            |
| Diseño Páginas Webs                              | 55,00            | 1,5%                     | 55,83            | 1,5%                     | 56,66            | 1,5%                     | 57,51            | 1,5%                     | 58,37            |
| Software Específico                              | 60,00            | 1,5%                     | 60,90            | 1,5%                     | 61,81            | 1,5%                     | 62,74            | 1,5%                     | 63,68            |
| Mantenimiento Webs                               | 40,00            | 1,5%                     | 40,60            | 1,5%                     | 41,21            | 1,5%                     | 41,83            | 1,5%                     | 42,45            |
| Consolas                                         | 250,00           | 1,5%                     | 253,75           | 1,5%                     | 257,56           | 1,5%                     | 261,42           | 1,5%                     | 265,34           |

Se ha establecido un incremento anual de un 1,5 % en todos los productos, debido a que durante los próximos años, la empresa será más conocida y tendremos una cartera de clientes aceptables, gracias a nuestros servicios postventa.

## 5-Estructura de Ventas y de márgenes (en Euros)

| Año 1: 2017                |                |               |               |               |               |              |                |
|----------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|----------------|
| Familias de productos      | Ventas         | % / Vtas      | Coste         | % / Ctes      | Margen        | % de margen  | % contribución |
| Equipos Informáticos       | 55.674         | 50,5%         | 15.907        | 40,6%         | 39.767        | 71,4%        | 55,9%          |
| Consumibles                | 7.483          | 6,8%          | 3.741         | 9,5%          | 3.741         | 50,0%        | 5,3%           |
| Reparaciones               | 5.935          | 5,4%          | 2.968         | 7,6%          | 2.968         | 50,0%        | 4,2%           |
| Asesoramiento Publicitario | 2.299          | 2,1%          | 1.149         | 2,9%          | 1.149         | 50,0%        | 1,6%           |
| Diseño Páginas Webs        | 5.498          | 5,0%          | 1.999         | 5,1%          | 3.499         | 63,6%        | 4,9%           |
| Software Específico        | 2.492          | 2,3%          | 1.246         | 3,2%          | 1.246         | 50,0%        | 1,8%           |
| Mantenimiento Webs         | 7.197          | 6,5%          | 2.699         | 6,9%          | 4.498         | 62,5%        | 6,3%           |
| Consolas                   | 23.688         | 21,5%         | 9.475         | 24,2%         | 14.213        | 60,0%        | 20,0%          |
| <b>TOTAL</b>               | <b>110.266</b> | <b>100,0%</b> | <b>39.185</b> | <b>100,0%</b> | <b>71.082</b> | <b>64,5%</b> | <b>100,0%</b>  |

## 6-Costes fijos (Sin amortizaciones ni gastos de personal)

|                                       | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Otros gastos fijos                    | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          |
| Tributos: IAE, IBI, ...               | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Otros gastos fijos (SIN IVA)          | 1.450         | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Primas de Seguros                     | 450           | 459           | 468           | 478           | 487           |
| Colegio/ Asociación profesional       | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Electricidad                          | 1.080         | 1.102         | 1.124         | 1.146         | 1.169         |
| Otros suministros (agua, gas, etc.)   | 300           | 306           | 312           | 318           | 325           |
| Teléfono                              | 360           | 367           | 375           | 382           | 390           |
| Teléfono móviles                      | 780           | 796           | 812           | 828           | 844           |
| Conexión a Internet (tarifa plana)    | 300           | 306           | 312           | 318           | 325           |
| Página Web (Host, mantenimiento, etc) | 600           | 612           | 624           | 637           | 649           |
| Material de oficina                   | 720           | 734           | 749           | 764           | 779           |
| Publicidad y propaganda               | 600           | 612           | 624           | 637           | 649           |
| Arrendamientos                        | 1.200         | 1.224         | 1.248         | 1.273         | 1.299         |
| Transporte                            | 4.200         | 4.284         | 4.370         | 4.457         | 4.546         |
| Mantenimiento y reparación            | 300           | 306           | 312           | 318           | 325           |
| Otros gastos imprevistos              | 1.000         | 1.020         | 1.040         | 1.061         | 1.082         |
| <b>Total Otros Gastos Fijos</b>       | <b>13.340</b> | <b>12.128</b> | <b>12.370</b> | <b>12.618</b> | <b>12.870</b> |
| <b>Total Gastos Fijos</b>             | <b>63.980</b> | <b>64.745</b> | <b>67.044</b> | <b>69.428</b> | <b>71.902</b> |

Todos estos gastos tienen un incremento anual de un 2%.

## 7-Costes Variables

|                                                        | Año 1<br>2017           | Año 2<br>2018            |                     | Año 3<br>2019            |                     | Año 4<br>2020            |                     | Año 5<br>2021            |                     |
|--------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| Familias de<br>Productos<br>(productos o<br>servicios) | Costes<br>Variable<br>s | incremento<br>interanual | Costes<br>Variables | incremento<br>interanual | Costes<br>Variables | incremento<br>interanual | Costes<br>Variables | incremento<br>interanual | Costes<br>Variables |
| Equipos Informáticos                                   | 100,00                  | 1,0%                     | 101,00              | 1,0%                     | 102,01              | 1,0%                     | 103,03              | 1,0%                     | 104,06              |
| Consumibles                                            | 15,00                   | 1,0%                     | 15,15               | 1,0%                     | 15,30               | 1,0%                     | 15,45               | 1,0%                     | 15,61               |
| Reparaciones                                           | 20,00                   | 1,0%                     | 20,20               | 1,0%                     | 20,40               | 1,0%                     | 20,61               | 1,0%                     | 20,81               |
| Asesoramiento<br>Publicitario                          | 25,00                   | 1,0%                     | 25,25               | 1,0%                     | 25,50               | 1,0%                     | 25,76               | 1,0%                     | 26,02               |
| Diseño Páginas Webs                                    | 20,00                   | 1,0%                     | 20,20               | 1,0%                     | 20,40               | 1,0%                     | 20,61               | 1,0%                     | 20,81               |
| Software Específico                                    | 30,00                   | 1,0%                     | 30,30               | 1,0%                     | 30,60               | 1,0%                     | 30,91               | 1,0%                     | 31,22               |
| Mantenimiento Webs                                     | 15,00                   | 1,0%                     | 15,15               | 1,0%                     | 15,30               | 1,0%                     | 15,45               | 1,0%                     | 15,61               |
| Consolas                                               | 100,00                  | 1,0%                     | 101,00              | 1,0%                     | 102,01              | 1,0%                     | 103,03              | 1,0%                     | 104,06              |

Esta tabla muestra los costes unitarios de cada producto y/o servicios que ofrece la empresa. Anualmente se produce un incremento de un 1%.

## 8-Gastos de personal

| Plantilla Inicial de la empresa          |   |
|------------------------------------------|---|
| nº socios/as R.E.T.A.                    | 1 |
| nº empleados/as y nº socios Rég. General | 2 |

### Remuneraciones Salariales y Costes Laborales

| Sueldos mensuales salarios brutos | Año 1<br>2017 | Año 2<br>2018 | Año 3<br>2019 | Año 4<br>2020 | Año 5<br>2021 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldo de los socios/as           | 1.500         | 1.560         | 1.622         | 1.687         | 1.755         |
| Sueldo de los empleados/as        | 900           | 936           | 973           | 1.012         | 1.053         |

| Seguridad Social    | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % S.S. empleados/as | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% |
| Cuota S.S. R.E.T.A. | 200   | 204   | 208   | 212   | 216   |

El salario del trabajador y del socio aumenta un 4% anualmente. El porcentaje de cotización a la seguridad social para el empleado asciende al 20%, lo que supone 180 euros al mes durante el primer año. La cotización del socio va mediante el R.E.T.A. (régimen especial de trabajadores autónomos) cotizan con 200 euros de autónomo.

## 9-Umbral de rentabilidad

|                                                 | Datos Año<br>0<br>2016 | Datos Año<br>1<br>2017 | Datos Año<br>2<br>2018 | Datos Año<br>3<br>2019 | Datos Año<br>4<br>2020 |                                         |
|-------------------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------------------|
| Gastos laborales                                | 46.320                 | 48.125                 | 50.001                 | 51.951                 | 53.978                 | €/ año                                  |
| Otros Gastos                                    | 13.340                 | 12.128                 | 12.370                 | 12.618                 | 12.870                 | "                                       |
| Amortizaciones                                  | 2.653                  | 2.653                  | 2.653                  | 2.338                  | 2.024                  | "                                       |
| <b>Total Gastos Fijos</b>                       | <b>62.313</b>          | <b>62.905</b>          | <b>65.024</b>          | <b>66.907</b>          | <b>68.872</b>          | "                                       |
| Resultados Financieros                          | ( 1.030 )              | ( 988 )                | ( 946 )                | ( 903 )                | ( 858 )                | €/ año                                  |
| <b>Margen Medio de Contribución</b>             | <b>64,5%</b>           | <b>63,9%</b>           | <b>64,1%</b>           | <b>64,3%</b>           | <b>64,4%</b>           |                                         |
| <b>Punto de Equilibrio (sin gastos financ.)</b> | <b>96.663</b>          | <b>98.442</b>          | <b>101.472</b>         | <b>104.115</b>         | <b>106.880</b>         | <b>€ de venta al año</b>                |
| P.E. Mensual medio                              | 8.055                  | 8.204                  | 8.456                  | 8.676                  | 8.907                  | €/ mes de media                         |
| <b>Punto de Equilibrio (con gastos financ.)</b> | <b>98.261</b>          | <b>99.989</b>          | <b>102.949</b>         | <b>105.520</b>         | <b>108.212</b>         | <b>€ de venta al año</b>                |
| P.E. Mensual medio                              | 8.188                  | 8.332                  | 8.579                  | 8.793                  | 9.018                  | €/ mes de media                         |
| <b>Ventas anuales previstas</b>                 | <b>110.266</b>         | <b>118.290</b>         | <b>126.333</b>         | <b>132.301</b>         | <b>137.681</b>         | <b>€/ año de venta previstos</b>        |
| Venta mensual media prevista                    | 9.189                  | 9.858                  | 10.528                 | 11.025                 | 11.473                 | €/ mes de media                         |
| <b>Beneficio Bruto Estimado (B.A.I.I.)</b>      | <b>8.769</b>           | <b>12.683</b>          | <b>15.931</b>          | <b>18.113</b>          | <b>19.848</b>          | <b>€/ año</b>                           |
| <b>Beneficio Estimado (B.A.I.)</b>              | <b>9.799</b>           | <b>13.671</b>          | <b>16.878</b>          | <b>19.016</b>          | <b>20.706</b>          | <b>€/ año</b>                           |
| <b>Coef. de seguridad (sin gastos financ.)</b>  | <b>1,14</b>            | <b>1,20</b>            | <b>1,25</b>            | <b>1,27</b>            | <b>1,29</b>            | <b>= Prev. Ventas / Pto. Equilibrio</b> |
| <b>Coef. de seguridad (con gastos financ.)</b>  | <b>1,12</b>            | <b>1,18</b>            | <b>1,23</b>            | <b>1,25</b>            | <b>1,27</b>            |                                         |
| <b>Incrementos de ventas necesarios</b>         | <b>0,00%</b>           | <b>0,00%</b>           | <b>0,00%</b>           | <b>0,00%</b>           | <b>0,00%</b>           | 0                                       |

## 10-Ratios

|                              | Fórmulas                                                          | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. (Retorno sobre Capital)   | <b>Beneficio Neto / Patrimonio Neto x 100</b>                     | 11,6% | 14,9% | 16,0% | 15,5% | 14,6% |
| 2. (Retorno sobre Inversión) | <b>Beneficio Antes Intereses e Impuestos / Activo Total x 100</b> | 8,5%  | 11,6% | 13,4% | 13,9% | 13,8% |
| 3. Margen sobre Ventas       | <b>Beneficio Bruto / Ingresos de Explotación x 100</b>            | 5,3%  | 7,4%  | 8,9%  | 9,4%  | 10,3% |

| Otras ratios y parámetros | Fórmulas                                                     | 2017     | 2018     | 2019      | 2020      | 2021      |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Fondo de Maniobra         | <b>Activo Corriente - Pasivo Corriente</b>                   | 62.703   | 72.750   | 85.223    | 99.007    | 113.766   |
| Punto Muerto              | <b>Volumen de Vtas a partir del cual se genera Beneficio</b> | 96663,48 | 98442,43 | 101472,01 | 104115,07 | 106880,30 |

| Ratios Financieros | Fórmulas                                                   | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--------------------|------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 1. Liquidez        | <b>(Activo Corriente - Existencias) / Pasivo Corriente</b> | 7,99 | 7,74 | 8,02 | 8,58 | 9,20 |
| 2. Disponibilidad  | <b>Activo Corriente / Pasivo Corriente</b>                 | 7,99 | 7,74 | 8,02 | 8,58 | 9,20 |
| 3. Endeudamiento   | <b>Pasivo Exigible Total / Patrimonio Neto</b>             | 0,82 | 0,71 | 0,59 | 0,50 | 0,42 |

|                                             |                                                                             |         |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------|
| Plazo de Recuperación de la Inversión:      | <b>Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial</b>        | 4,39    |
| Vida útil promedia prevista de la Inversión | <b>Número de años de vida útil prevista de la inversión</b>                 | 11,54   |
| Valor Actualizado Neto (VAN)                | <b>Valor Actualizado de la inversión</b>                                    | 164.671 |
| Tasa Interna de Retorno (TIR)               | <b>% inflación que hace 0 el VAN</b>                                        | 35,42%  |
| Tasa Interna de Retorno Corregida (TIRC)    | <b>TIR corregida con coste financiación e intereses de saldos positivos</b> | 12,74%  |
| Tasa de Inflación prevista:                 | <b>2%</b>                                                                   |         |

## 11-Cuenta de resultados previsional años

| Conceptos                            | 2017          | % / Ventas    | 2018          | % / Ventas    | 2019          | % / Ventas    | 2020          | % / Ventas    | 2021          | % / Ventas    |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ingresos por ventas                  | 110.266       | 100,0%        | 118.290       | 100,0%        | 126.333       | 100,0%        | 132.301       | 100,0%        | 137.681       | 100,0%        |
| Imputación de subvenciones           | 0             | 0,0%          | 0             | 0,0%          | 0             | 0,0%          | 0             | 0,0%          | 0             | 0,0%          |
| <b>Ingresos</b>                      | <b>110266</b> | <b>100,0%</b> | <b>118290</b> | <b>100,0%</b> | <b>126333</b> | <b>100,0%</b> | <b>132301</b> | <b>100,0%</b> | <b>137681</b> | <b>100,0%</b> |
| Costes variables (directos)          | 39.185        | 35,5%         | 42.702        | 36,1%         | 45.378        | 35,9%         | 47.281        | 35,7%         | 48.961        | 35,6%         |
| <b>Margen Bruto s/Ventas</b>         | <b>71082</b>  | <b>64,5%</b>  | <b>75588</b>  | <b>63,9%</b>  | <b>80955</b>  | <b>64,1%</b>  | <b>85020</b>  | <b>64,3%</b>  | <b>88720</b>  | <b>64,4%</b>  |
| Gastos de Personal y Seg. Social     | 39.600        | 35,9%         | 41.184        | 34,8%         | 42.831        | 33,9%         | 44.545        | 33,7%         | 46.326        | 33,6%         |
| Seguridad Social                     | 6.720         | 6,1%          | 6.941         | 5,9%          | 7.169         | 5,7%          | 7.406         | 5,6%          | 7.652         | 5,6%          |
| Otros Gastos Fijos                   | 13.340        | 12,1%         | 12.128        | 10,3%         | 12.370        | 9,8%          | 12.618        | 9,5%          | 12.870        | 9,3%          |
| Dotación Amortizaciones              | 2.653         | 2,4%          | 2.653         | 2,2%          | 2.653         | 2,1%          | 2.338         | 1,8%          | 2.024         | 1,5%          |
| <b>Total Gastos Explotación</b>      | <b>62313</b>  | <b>56,5%</b>  | <b>62905</b>  | <b>53,2%</b>  | <b>65024</b>  | <b>51,5%</b>  | <b>66907</b>  | <b>50,6%</b>  | <b>68872</b>  | <b>50,0%</b>  |
| <b>Res. antes Int. e Imp. (BAII)</b> | <b>8769</b>   | <b>8,0%</b>   | <b>12683</b>  | <b>10,7%</b>  | <b>15931</b>  | <b>12,6%</b>  | <b>18113</b>  | <b>13,7%</b>  | <b>19848</b>  | <b>14,4%</b>  |
| Ingresos Financieros                 | 2             | 0,0%          | 5             | 0,0%          | 6             | 0,0%          | 7             | 0,0%          | 9             | 0,0%          |
| Gastos Financieros                   | 1.032         | 0,9%          | 993           | 0,8%          | 952           | 0,8%          | 910           | 0,7%          | 867           | 0,6%          |
| <b>Resultado Financiero</b>          | <b>-1030</b>  | <b>-0,9%</b>  | <b>-988</b>   | <b>-0,8%</b>  | <b>-946</b>   | <b>-0,7%</b>  | <b>-903</b>   | <b>-0,7%</b>  | <b>-858</b>   | <b>-0,6%</b>  |
| <b>Res. antes Impuestos (BAI)</b>    | <b>7739</b>   | <b>7,0%</b>   | <b>11695</b>  | <b>9,9%</b>   | <b>14985</b>  | <b>11,9%</b>  | <b>17210</b>  | <b>13,0%</b>  | <b>18989</b>  | <b>13,8%</b>  |
| Impuesto de Sociedades               | 1.935         | 1,8%          | 2.924         | 2,5%          | 3.746         | 3,0%          | 4.303         | 3,3%          | 4.747         | 3,4%          |
| <b>Resultado Neto</b>                | <b>5.804</b>  | <b>5,3%</b>   | <b>8.771</b>  | <b>7,4%</b>   | <b>11.239</b> | <b>8,9%</b>   | <b>12.908</b> | <b>9,8%</b>   | <b>14.242</b> | <b>10,3%</b>  |

## 12-Cuadro resumen

| Previsiones económicas<br>Cuadro Resumen | Año 1<br>2.017 | Año 2<br>2.018 | Año 3<br>2.019 | Año 4<br>2.020 | Año 5<br>2.021 |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Ventas Previstas</b>                  | 110.266        | 118.290        | 126.333        | 132.301        | 137.681        |
| <b>Gastos de Explotación</b>             | 101.497        | 105.607        | 110.402        | 114.188        | 117.833        |
| <b>Resultados financieros</b>            | ( 1.030 )      | ( 988 )        | ( 946 )        | ( 903 )        | ( 858 )        |
| <b>Resultados previstos</b>              | 7.739          | 11.695         | 14.985         | 17.210         | 18.989         |
| <b>Flujos de caja previstos</b>          | 21.619         | 11.876         | 13.812         | 14.704         | 15.583         |
| <b>Puestos de trabajo</b>                | 3,00           | 3,00           | 3,00           | 3,00           | 3,00           |
| <b>Margen Medio Contribución</b>         | 64,46%         | 63,90%         | 64,08%         | 64,26%         | 64,44%         |
| <b>ROE</b>                               | 11,58%         | 14,90%         | 16,03%         | 15,55%         | 14,64%         |
| <b>ROI</b>                               | 8,46%          | 11,62%         | 13,40%         | 13,86%         | 13,79%         |
| <b>Coef. Seguridad</b>                   | 1,14           | 1,20           | 1,25           | 1,27           | 1,29           |

Se ha estudiado las previsiones de ventas de este proyecto y se obtienen los siguientes resultados:

La empresa cuenta con previsiones de ventas de superiores a las 1000 unidades y que irán aumentando a lo largo de cada año.

Podemos afirmar que la empresa posee un exceso de liquidez para afrontar los gastos tanto a corto como a largo plazo, ya que el ratio aumenta progresivamente.

Tras analizar el VAN y TIR de la empresa, podemos afirmar que se trata de un Proyecto rentable.

-La organización posee una amplia clientela potencial comenzando con particulares hasta pequeñas empresas situadas en Jaén y alrededores.

-La empresa tratará de diferenciarse de los competidores de la zona por ofrecer a los clientes servicios con un valor añadido. Es fundamental un servicio como la garantía postventa, servicio de “urgencias”, asesoramientos a los clientes, seriedad en los plazos...etc.

-Los precios serán en relación con la competencia inferiores, sobre todo al principio de la vida de la empresa hasta que se tenga una clientela y la fidelicemos.

## **8. PLAN JURÍDICO-LEGAL**

Dentro de este apartado se analiza y se escoge, entre los distintos tipos de sociedades que existen, la que mejor se adapte a nuestra forma de trabajar. También se indicarán los trámites necesarios para poner en funcionamiento la empresa, tanto con organismos oficiales como con ayuntamientos.

### **8.1. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA**

La forma elegida es una Sociedad Limitada, ya que es la más habitual y utilizada tanto para empresas de reciente creación como empresas consolidadas en el propio sector.

Como se trata de un único promotor, tiene un carácter unipersonal, para alcanzar estas decisiones se han tenido en cuenta criterios como:

-Tiene una responsabilidad limitada frente al capital social.

-El capital social que se necesita para iniciar la actividad, no es tan elevado como la creación de Sociedades Anónimas.

Según la página web consultada el 24 de Junio de 2015, <http://iabogado.com/guia-legal/su-empresa/las-formas-que-puede-adoptar-su-empresa>, la sociedad limitada tiene las siguientes características:

La sociedad de responsabilidad limitada es una sociedad de carácter mercantil cuyo capital está dividido en participaciones que son iguales, acumulables e indivisibles, ya que no es posible incorporar títulos negociables ni acciones. La responsabilidad que tienen los socios, se limita al capital aportado.

El número mínimo de socios es uno, y el capital inicial de 3.000 Euros, que debe ser desembolsado de forma íntegra. Se pueden aportar bienes o derechos que sean valorados económicamente. La modificación de la sociedad, como por ejemplo cambio de socio o eliminación del carácter unipersonal, se debe comunicar en escritura y presentarla en el Registro Mercantil.

Si una sociedad adquiere el carácter de unipersonal y pasan seis meses sin que se presente en el Registro Mercantil, el propio socio es el que responderá de forma personal a las deudas contraídas por la entidad.

La administración puede estar desempeñada por un único Administrador, dos o más Administradores, o estar formado por un Consejo de Administración formado por un intervalo de tres a doce consejeros.

Para el reparto de los beneficios, es necesario aplicar a la Reserva legal el 10% del beneficio, hasta que dicha reserva alcance el 20% del capital social.

Borrador de los Estatutos Sociales.

En este epígrafe, se muestran los principales artículos con los que cuenta la organización.

CAPITULO I. Denominación, Domicilio, Objeto, Duración y Ejercicio Social de la entidad.

Artículo 1: La denominación de INFOR-REC, queda constituida por una sociedad de Responsabilidad Limitada de carácter unipersonal, en la que el promotor es Juan Antonio Godino Moral, con DNI 77368058Z.

Esta sociedad, se regirá por los presentes estatutos y, en todo lo que no conste, por la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada del año 1995 y resto de disposiciones aplicables.

Artículo 2: El domicilio social se establece en la Calle San Bartolomé, 39 en la ciudad de Torredelcampo de la provincia de Jaén, donde se ubicará la central de actividades. El órgano de administración, será competente para variar o modificar el domicilio social dentro de la misma localidad si queda facultado para acordar la creación o traslado a otro territorio.

## 8.2. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Las medidas que se adoptarán para estar protegidos por la posibilidad de aparición de cualquier incidente y que afecte al funcionamiento de la empresa se consultó el 25 de junio de 2015 en <http://www.crear-empresas.com/tramites-constituir-una-sociedad-limitada-anonimason> y son las siguientes:

- Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil.
- Registro del dominio de Internet
- Establecimiento de un contrato de alquiler, en el que se formalizará mediante las dos partes un contrato de arrendamiento donde se ubicará la empresa, en el que se especifique las condiciones y duración del acuerdo, así como unas cláusulas para renovación del contrato o cancelación del mismo.
- Compra o adquisición de licencias para programas informáticos, para evitar conflictos de piratería o atentado contra la propiedad intelectual. Cuando la organización requiera de licencias para los programas privados de software para desarrollar su actividad, estas licencias se obtendrán al comprar los propios dispositivos a los proveedores. Además, registrará la empresa la marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas, mientras que los productos que no pases a propiedad de los clientes, se unirán al Registro de la Propiedad Intelectual
- Acuerdos o contratos con empresas clientes para el desarrollo de parte de nuestros servicios.
- Se contratará un seguro de responsabilidad civil, de carácter obligatorio y otro voluntario que trate de cubrir posibles robos de equipos, daños o catástrofes naturales.

-Establecimiento de copias de seguridad de carácter periódico, tanto de contenido de materiales y mercaderías, así como datos de los clientes.

-Se establecerá un plan de prevención de por posibles riesgos laborales, para ello tendrá las siguientes actividades:

- Evaluación de posibles riesgos y planificar y establecer la actividad preventiva.
- Formar a los trabajadores e informar de las medidas de prevención de la propia seguridad y salud.
- Realizar una vigilancia y velar por la seguridad y salud de los trabajadores.
- Elaborar un plan de emergencia por posibles problemas que puedan suceder.

### 8.2.1 Contactos con administraciones.

Ha sido necesario gestiones como:

- Trámite en el Registro Mercantil, mediante una solicitud del nombre de la organización.
- Registro del dominio web.
- Negociaciones con distintos agentes para conseguir financiación ajena.
- Búsqueda del local donde establecerse la organización.
- Gestiones relacionadas con la constitución de la empresa.
- Registro en el notario, mediante una escritura y aprobación de los estatutos.
- Trámites con Hacienda, declaración censal, solicitud del C.I.F y altas en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- Trámite con el ayuntamiento para la obtención de licencia de apertura.
- Selección de los trabajadores.
- Inicio de la actividad.

A continuación, se establecerá una lista más detallada de todas las tramitaciones con los diferentes organismos:

#### *Elaboración de los Estatutos y Escritura de Constitución*

Los estatutos son las normas que van a regir la sociedad (nombre, objeto social, capital social, domicilio social, régimen de participación de cada socio...). Es recomendable ponerse en manos de un abogado para que los redacte, o bien contactar con la Notaria. Es necesario pasar por el notario para firmar la escritura de constitución de la sociedad,

es tal vez el trámite más caro pero sin él no es posible inscribir la sociedad en el Registro Mercantil. Es necesario presentar:

El certificado de denominación del Registro Mercantil Central

El certificado bancario

Los Estatutos Sociales, si los llevamos nosotros y no los hace la Notaría

*-Inscripción en el Registro Mercantil*

Para realizar la inscripción, hay que presentar:

Certificado de denominación del Registro Mercantil Central

Primera copia de la Escritura

Ejemplares del modelo 600 (ITP) abonado anteriormente

Habrá que pagar una provisión de fondos al hacer la entrega, y el resto cuando se retire. Lo normal es que soliciten un teléfono o fax para comunicar cuando se puede retirar (dependerá del Registro).

Una vez inscrita, la sociedad adquiere personalidad jurídica.

#### TRÁMITES EN HACIENDA

*-Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)*

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

Documentos a presentar: Impreso modelo 036, original y copia simple de la escritura de constitución, fotocopia del DNI del solicitante si es un socio o fotocopia del poder notarial si es un apoderado.

Plazo: 30 días a partir del otorgamiento de la escritura. Luego hay 6 meses para retirar el CIF definitivo.

Lugar: Administración o Delegación de la Agencia Estatal de la Admón. Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la sociedad.

*-Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)*

Es un tributo de carácter local, que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional. Se presentarán tantas altas como actividades se vayan a ejercer. A partir del 1 de enero de 2003, están exentos del pago de este impuesto, las personas físicas, las sociedades civiles y sociedades mercantiles, que tengan un importe

neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros. La declaración de alta, modificación y baja del IAE, en caso de sujetos pasivos que estén exentos del mismo por todas las actividades que desarrollen, se llevará a cabo a través del modelo 036 (Declaración Censal). En caso de que cualquiera de sus actividades tribute en el IAE presentará el modelo 840.

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

Plazo: 1 mes desde el inicio.

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

Gastos: Dependen de la actividad a realizar. Las tarifas se aprobaron por Reales Decretos Legislativos 1175/1990, de 28 de Septiembre y 1259/1991, de 2 de agosto.

#### *-Declaración censal (IVA)*

Es la declaración de comienzo, modificación o cese de actividad, que han de presentar a efectos fiscales los empresarios, los profesionales y otros obligados tributarios

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

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Lugar: Administración de Hacienda o Delegación correspondiente al domicilio fiscal de la empresa.

## TRÁMITES EN MINISTERIO DE TRABAJO

### *-Afiliación y alta en el Régimen de Autónomos*

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

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

Plazo: 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad. No obstante, el alta causará efectos a partir del día 1 del mes en que se inicie la actividad (si la actividad se inicia el 15 de enero y el alta se presenta el 10 de febrero debe pagarse desde el 1 de enero).

Lugar: Tesorería General de la Seguridad Social correspondiente.

#### *Solicitud del número de patronal*

Sólo debe hacerse cuando va a contratarse algún trabajador. De esta manera se inscribe la empresa en la seguridad social que asigna al empresario un Código de cuenta de cotización principal. Dicha inscripción será única y válida para toda la vida de la persona física o jurídica titular de la empresa.

Documentos a presentar: Impreso de inscripción de empresas por triplicado, NIF del titular o copia de la escritura de constitución, contrato de asociación o Mutua de accidentes de trabajo hacer constar el sector laboral de la empresa, impresos de alta del trabajador contratado y alta en el IAE

Plazo: Antes de que el trabajador comience su actividad

Lugar: Tesorería General de la Seguridad Social correspondiente al domicilio de la empresa.

#### *Comunicación de Apertura del centro de trabajo*

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

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

Plazo: 30 días siguientes al inicio o reanudación de la actividad.

Lugar: Dirección Provincial de Trabajo, Seguridad Social y Asuntos Sociales.

#### *Solicitud del Libro de Visita*

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

Plazo: Antes de empezar la actividad.

Lugar: Debe diligenciarse en la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social. En la actualidad puede sustituirse por el alta en el Libro de Visitas electrónico.

#### TRÁMITES EN AYUNTAMIENTO

Los siguientes pasos son necesarios si se va a abrir un local, se va a hacer obras en él o si hay un cambio de titularidad o actividad. Si no está en estos casos no son necesarios. Sin embargo si va a abrir un local es importante que como paso previo a todo lo

comentado empiece consultando en el Ayuntamiento sobre las posibilidades de que el local que tiene pensado pueda albergar el negocio deseado.

#### *-Licencia de actividades e instalaciones (Apertura)*

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

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

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

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

Lugar: Junta Municipal de Distrito o Gerencia Municipal de Urbanismo. Ayuntamiento.

#### *Licencia de obras*

Es la necesaria para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento. Por lo tanto si no se va a abrir local o no se van a hacer obras, no será necesaria. En determinados municipios, como es el caso de Madrid capital, la realización de obras de acondicionamiento menor de locales, que no afecten a la estructura, distribución ni aspecto exterior de los mismos, no están sujetas a la obtención de Licencia de Obras. Bastará una comunicación previa, junto con la presentación de los siguientes documentos: Planos de situación, descripción de las obras y valoración de las mismas.

Documentos a presentar: Impreso normalizado, presupuesto de las obras, planos de planta, alzado y sección acotados y a escala, del estado actual y del reformado, Memoria descriptiva de las obras, Plano parcelario de la finca. Si las obras afectan a la estructura del local se presentará Proyecto firmado por Técnico Competente, visado por el Colegio Profesional correspondiente y con Dirección facultativa que incluya; Planos, Presupuesto y Memoria.

Plazo: Antes de realizar las obras. Una vez concedida la licencia las obras pueden ejecutarse hasta 6 meses después de la fecha de concesión.

Lugar: Junta Municipal de Distrito o Gerencia Municipal de Urbanismo. Ayuntamiento.

#### *Cambio de titularidad de un negocio*

La titularidad de un negocio, con licencia de apertura concedida, puede cambiarse mediante un acto comunicado, siempre y cuando el mismo se halle en funcionamiento o lo haya estado en los seis meses anteriores a la fecha en que se pretende realizar el cambio.

Documentos a presentar: Licencia de apertura en vigor o certificado de exhortos, DNI del solicitante o escritura de constitución y CIF para sociedades, Documento de transmisión o conformidad con el anterior titular.

Plazo: Antes de empezar la actividad el nuevo titular. La actividad de este debe comenzar dentro de los seis meses siguientes al cambio de titularidad.

Lugar: Junta Municipal de Distrito o Gerencia Municipal de Urbanismo. Ayuntamiento.

#### *Cambio de actividad (sólo para actividades inocuas)*

La posibilidad de cambiar de actividad (de una actividad inocua a otra) mediante un acto comunicado, dependerá de la reglamentación de cada Ayuntamiento.

Documentos a presentar: Impreso normalizado, Licencia de apertura en vigor o certificado de exhortos, DNI del solicitante o escritura de constitución y CIF para sociedades, Plano o croquis de situación, Planos de planta y sección del local, Memoria descriptiva de la nueva actividad y del local, Presupuesto de las instalaciones.

Plazo: Antes de empezar la nueva actividad. Debe comenzar dentro de los seis meses siguientes al cambio de actividad.

Lugar: Junta Municipal de Distrito o Gerencia Municipal de Urbanismo. Ayuntamiento

## 9. ANÁLISIS DE ESCENARIOS

Para tomar decisiones sobre la herramienta financiera en la que invertir nuestros ahorros, es importante conocer algunos métodos para analizar el grado de riesgo de una inversión. Para ello es de uso frecuente en la administración financiera un análisis de Sensibilidad.

En nuestro caso, nosotros hemos establecido una serie parámetros fundamentales que pueden explicar la modificación como son:

- ✓ Variación en las Ventas.
- ✓ Variación en la Estructura de Costes de la empresa.

En los siguientes cuadros se muestra la Cuenta de Explotación según los distintos escenarios.

| CUENTA DE EXPLOTACIÓN       | Año 1      | ESCENARIOS FUTUROS PREVISTOS |            |
|-----------------------------|------------|------------------------------|------------|
|                             |            | Pesimista                    | Optimista  |
| <b>VENTAS</b>               | 110.266,00 | 88.212,80                    | 132.219,20 |
| <b>COSTES</b>               | 101.498,00 | 94.995,00                    | 108.001,00 |
| Consumo de explotación      | 39.185,00  | 31.348,00                    | 47.022,00  |
| Sueldos y salarios          | 39.600,00  | 39.600,00                    | 39.600,00  |
| Cargas sociales             | 6.720,00   | 6.720,00                     | 6.720,00   |
| Amortizaciones              | 2.653,00   | 2.653,00                     | 2.653,00   |
| Otros gastos de explotación | 13.340,00  | 14.674,00                    | 12.006,00  |
| <b>B.A.I.I.</b>             | 8.768      | -6.782,20                    | 24.218,2   |

### **Análisis Escenario Pesimista**

Este análisis sería el peor de los escenarios, ya que tiene un menor incremento en el Resultado de Explotación.

Se han realizado variaciones tanto en las ventas como en la estructura de costes.

#### *Variación de las Ventas*

Se ha realizado un descenso en las ventas de la empresa, pasando a representar tan solo el 80% de las ventas para cada año, es importante afirmar que para que el análisis tenga validez, la empresa no modificará el volumen de sus costes fijos.

#### *Variación en la Estructura de Costes*

Se ha producido una variación que viene marcada por un incremento del 10% de otros gastos de explotación de la empresa, a su vez se han reducido en un 10% los costes de consumo de explotación.

#### *Variación en el B.A.I.I.*

Las variaciones anteriores dan como resultado una disminución en el B.A.I.I. de la compañía, esto provocaría que se debilitase de forma brusca la situación económico financiera de la empresa.

*Conclusión Análisis Escenario Pesimista*

Las variaciones realizadas indican que para los primeros años la empresa tiene pérdidas en el resultado de explotación.

**Análisis Escenario Optimista**

Este análisis sería el mejor de los escenarios, ya que tiene un mayor incremento en el Resultado de Explotación.

Para ello se ha realizado variaciones sobre las ventas y la estructura de costes.

*Variación de las Ventas*

Se ha producido un incremento de las ventas de un 20% respecto a la estimación que se realizó al inicio. Para que el estudio tenga validez, es importante afirmar que para que el análisis tenga validez, la empresa no modificará el volumen de sus costes fijos.

*Variación en la Estructura de Costes*

Para la estructura de costes de la empresa realizará descenso del 10% de otros gastos de explotación. Además habrá un incremento del 10% de los costes de consumo de explotación.

*Variación en el B.A.I.I.*

Estas variaciones dan como resultado un aumento del B.A.I.I. que llevará a una mejoraría de la situación económico financiera de la empresa.

*Conclusión Análisis Escenario Optimista*

Las variaciones realizadas indican que para todos los años, la empresa tendrá beneficios en el resultado de explotación de la empresa.

## **10. CONCLUSIONES**

A continuación se enumerarán las conclusiones para una empresa de carácter tecnológico en Torredelcampo:

- ✓ Tras el estudio del macroentorno, mediante un análisis PESTEL, podemos afirmar que el entorno externo que rodea a la empresa es favorable. Actualmente, existe un interés por parte de personas de 20 a 50 años en el sector de las tecnologías y las comunicaciones, que favorecen que las distintas compañías informáticas ofrezcan productos novedosos y de gran calidad.
- ✓ Tras el estudio del microentorno, mediante el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, deducimos que en Jaén existirá una competencia alta. Respecto a los proveedores existen muchos distribuidos por todo el territorio nacional.
- ✓ La localización de la empresa es favorable, ya que es una zona muy concurrida y con elevado paso de peatones y presencia de empresas de servicios, muy bien comunicada ya que está próxima a la estación de autobuses.
- ✓ La empresa contará inicialmente con tres profesionales perfectamente cualificados para desempeñar correctamente las actividades dentro de la empresa.
- ✓ Tras el análisis económico financiero podemos afirmar que la empresa posee un exceso de liquidez para afrontar los gastos tanto a corto como a largo plazo.
- ✓ La empresa cuenta con una amplia clientela desde particulares hasta pequeñas empresas.
- ✓ La empresa tratará de diferenciarse del resto de competidores de la zona ofreciendo a los clientes servicios con valor añadido. Mediante servicios como la garantía postventa.

Para finalizar el Proyecto Fin de Máster, esta idea de negocio, conllevará, riesgos y complicaciones pero se lograrán resolver gracias a la convicción de que existe una gran oportunidad de negocio y a una gran formación por parte de los trabajadores.

## **11. ANEXO**

### **11.1 ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD Y DEBER DE SECRETO.**

Para proteger y asegurar los datos de los clientes, se firmará un acuerdo entre los trabajadores y el gerente, el documento que se rubricará entre las dos partes se muestra a continuación.

De una parte, Juan Antonio Godino Moral con D.N.I. 77368058Z, mayor de edad, en nombre y representación de la empresa INFOR-REC (en adelante RESPONSABLE DEL FICHERO), y de otra parte, nombre trabajador..... con D.N.I.XXXXXXXXXX-X, mayor de edad (en adelante TRABAJADOR EMPRESA).

#### **MANIFIESTAN**

1.-Que en virtud de la prestación de servicios profesional que el TRABAJADOR EMPRESA, viene realizando a favor (RESPONSABLE DEL FICHERO), el TRABAJADOR DE LA EMPRESA, puede tener acceso a recursos donde se contiene información relativa a datos de carácter personal de los clientes de los que se ofrecen servicios.

2.-Que de conformidad con la legislación vigente en materia de protección de datos personales, Ley Orgánica 15/1999 de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Real Decreto 994/1999, por el que se aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad, quiénes intervengan en cualquier fase del tratamiento de los datos de carácter personal, están obligados al secreto profesional, respecto a los mismos y al deber de guardarla.

3.-Que a tales efectos, el TRABAJADOR DE LA EMPRESA, viene obligado a cumplir y respetar el presente ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD Y DEBER DE SECRETO, el cual acepta mediante la suscripción de este documento, compuesto de las siguientes OBLIGACIONES:

PRIMERA. Cumplir con las normas y políticas determinadas por el RESPONSABLE/ENCARGADO DE TRATAMIENTO que afectan al desarrollo de sus funciones, así como todas aquellas medidas de seguridad, técnicas u organizativas, que el secreto de toda información que tengan la consideración de “información confidencial”.

A los efectos antes dichos, el RESPONSABLE DEL FICHERO pone en conocimiento del trabajador “información confidencial”, se entenderá toda la información numérica, alfabética, gráfica, acústica o de cualquier otro tipo, susceptible de recogida, registros, tratamiento o transmisión concerniente a una persona física identificada e identificable que permita determinar directa o indirectamente la identidad física, fisiológica, psíquica, económica, cultural o social de la persona afectada.

SEGUNDA. Acceder a la información confidencial del RESPONSABLE DEL FICHERO contenida tanto en los sistemas informáticos como en cualquier otro soporte,

en papel, electrónico o telemático, solo si tal acceso fuera necesario para la prestación de los servicios para los que ha sido contratado.

TERCERA. El TRABAJADOR DE LA EMPRESA, se compromete a mantener en el más estricto secreto profesional toda la información confidencial que pueda llegar a su conocimiento como consecuencia de su profesión y del desempeño de sus funciones dentro de la organización del RESPONSABLE DEL FICHERO, comprometiéndose el TRABAJADOR DE LA EMPRESA a no divulgarla, publicarla, cederla, venderla ni de otra forma, directa o indirecta, ponerla a disposición de terceras ni total ni parcialmente y a cumplir esta obligación, incluso con sus propios familiares y otros miembros del RESPONSABLE DEL FICHERO, que no estén autorizados acceder a la citada información, cualquiera que sea el soporte en el que se encuentra la misma.

CUARTA. La duración de las obligaciones contenidas en este acuerdo es de carácter indefinido y se mantendrá en vigor con posterioridad a la finalización por cualquier causa de la relación entre el TRABAJADOR DE LA EMPRESA y el RESPONSABLE DEL FICHERO, por lo que el TRABAJADOR DE LA EMPRESA garantiza que, tras la terminación de la relación, guardará el mismo secreto profesional respecto de la información confidencial y de los datos de carácter personal a que haya tenido lugar en el desempeño de sus funciones.

De conformidad con lo expuesto, EL TRABAJADOR DE LA EMPRESA, declara haber leído y comprendido en su totalidad el contenido del presente acuerdo y acepta su cumplimiento. Para que así conste se extiende este acuerdo en dos ejemplares en el lugar y fecha arriba allí indicados y la firma de las partes implicadas en la parte inferior.

Responsable del Fichero

Trabajador de la empresa

## **12. BIBLIOGRAFIA**

- Afiliación de trabajadores-Tesorería General de la Seguridad Social. Disponible Online: [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Oficinas/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Oficinas/index.htm).
- Alta de los contratos de trabajo - Servicio Público de Empleo Estatal. Disponible Online: <http://www.sepe.es/> [consultado 15 de junio de 2015].
- Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA) - Tesorería General de La seguridad social. Disponible Online: [http://www.segsocial.es/Internet\\_1/Oficinas/index.htm](http://www.segsocial.es/Internet_1/Oficinas/index.htm) [consultado 15 de junio de 2015].
- Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social - Tesorería General de la Seguridad Social. Disponible Online: [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Oficinas/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Oficinas/index.htm) [consultado 21 junio de 2015].
- Bases y tipos de cotización 2015- Seguridad Social. Disponible Online: [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm) [consultado 8 de agosto de 2015].
- Consejería de Trabajo de la CCAA. Disponible Online: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1997-1853> [consultado 14 de junio de 2015].
- Confederación de empresarios de Andalucía (2014) “Informe sobre el tejido empresarial de Andalucía” Disponible Online: [http://www.cea.es/upload/estudios\\_informes/18561El%20tejido%20empresarial%20de%20Andalucia.pdf](http://www.cea.es/upload/estudios_informes/18561El%20tejido%20empresarial%20de%20Andalucia.pdf) [consultado 22 de junio de 2015].
- Inscripción de la empresa - Tesorería General de la Seguridad Social. Disponible Online: [http://www.segsocial.es/Internet\\_1/Masinformacion/Direcciones/OficinasSegSocial/index.htm](http://www.segsocial.es/Internet_1/Masinformacion/Direcciones/OficinasSegSocial/index.htm). Documento: [http://www.segsocial.es/Internet\\_1/Empresarios/Inscripcion/Servicios/Modelosdesolicitud31193/ModeloTA7Solicitud48799/index.htm](http://www.segsocial.es/Internet_1/Empresarios/Inscripcion/Servicios/Modelosdesolicitud31193/ModeloTA7Solicitud48799/index.htm) [consultado 2 de julio de 2015].
- Instituto de estudios fiscales (2014), “Número de empresas por personalidad y dimensión” Disponible Online: [http://www.ief.es/documentos/recursos/estadisticas/estadisticas\\_tributarias/empresas/89\\_III1.pdf](http://www.ief.es/documentos/recursos/estadisticas/estadisticas_tributarias/empresas/89_III1.pdf) [consultado 25 de junio de 2015].
- Instituto nacional de estadística (Primer trimestre 2016), “Contabilidad Nacional Trimestral de España” Disponible Online: <http://www.ine.es/prensa/cntr0115.pdf> [consultado 7 de julio de 2016].

- Instituto nacional de estadística (2015), “Empresas por provincia y estrato de asalariados.” Disponible Online: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=305> [consultado 9 de junio de 2016].
- Instituto nacional de estadística (2014), “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.” Disponible Online: <http://www.ine.es/prensa/np864.pdf> [consultado 10 de junio de 2015].
- Guerras Martín, Luis Ángel y Navas López, José Emilio (2007) “La dirección estratégica de la empresa”.
- Instituto nacional de estadística (Primer trimestre 2015), “Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas” Disponible Online: <http://www.ine.es/prensa/np918.pdf> [consultado 13 de junio de 2015].
- Instituto nacional de estadística (2014), “Indicadores del Sector de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones” Disponible Online: <http://www.ine.es/prensa/np856.pdf>-Ley de Protección de Datos y el autónomo. Disponible Online: <http://www.infoautonomos.com/informacion-al-dia/el-autonomo-y-las-tic/la-ley-de-proteccion-de-datos-y-el-autonomo/> [consultado 12 de mayo de 2015].
- Licencia de actividad – Ayuntamientos. Disponible: <https://www.agpd.es/portalwebAGPD/index-ides-idphp.php>. Documento: [https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canalresponsable/inscripcion\\_ficheros/Notificaciones\\_tele/obtencion\\_formulario/common/pdfs/Titularidad\\_Publica.pdf](https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canalresponsable/inscripcion_ficheros/Notificaciones_tele/obtencion_formulario/common/pdfs/Titularidad_Publica.pdf) [consultado 11 de junio de 2015].
- Marimar Jiménez (Diciembre 2014) Madrid, “La industria TIC crecerá en 2015 por primera vez en seis años” Disponible Online: [http://cincodias.com/cincodias/2014/12/04/tecnologia/1417721966\\_106431.html](http://cincodias.com/cincodias/2014/12/04/tecnologia/1417721966_106431.html) [Consultado 24 de junio de 2015].
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo (Marzo 2014), “Estadísticas pyme, evolución e indicadores.” Disponible Online: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/ESTADISTICAS--PYME-n14-marzo-2014.pdf>[Consultado 28 de mayo de 2015].
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015), “Formas jurídicas de empresa.” Disponible Online: <http://www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SRL&nombre=Sociedad+de+Responsabilidad+Limitada&idioma=es-ES> [consultado 9 de junio de 2015].
- Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (Diciembre 2014) Madrid, “Informe de Comercio Exterior e Inversiones en el Sector de las Telecomunicaciones,

las Tecnologías de la Información y los Contenidos en España 2013” Disponible Online: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-de-comercio-exterior-e-inversiones-en-el-sector-de-las-telecomunicaciones-> [consultado 15 de junio de 2015].

-Obtención y legalización del libro de Visitas - Inspección Provincial de Trabajo Disponible Online: [http://www.ipyme.org/NormativaPYME/Modificacion\\_Libro\\_Visitas.pdf](http://www.ipyme.org/NormativaPYME/Modificacion_Libro_Visitas.pdf) [consultado 8 de agosto de 2015].

-Obtención del calendario laboral - Inspección Provincial de Trabajo. Disponible Online: [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Masinformacion/CalendarioLaboral/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Masinformacion/CalendarioLaboral/index.htm) [Consultado 25 de mayo de 2015].

-Oficina Española de Patentes y Marcas, (2013) “Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas” Disponible Online: [http://www.oepm.es/comun/documentos\\_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013\\_01\\_28\\_Informe\\_Impacto\\_de\\_Marcas\\_en\\_economia\\_espanola.pdf](http://www.oepm.es/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013_01_28_Informe_Impacto_de_Marcas_en_economia_espanola.pdf) [consultado 15 de junio de 2015].

-Pérez Fadón Martínez, José Javier (2012), “La empresa familiar: fiscalidad, organización y protocolo familiar”

-Principado de prevención (2014), “Prevención de Riesgos profesionales” Disponible Online: [http://www.prinprev.com/documentos/Dossier\\_WEB.pdf](http://www.prinprev.com/documentos/Dossier_WEB.pdf) [consultado 15 de mayo de 2015].

-Red.es (Diciembre 2014), Madrid, “La facturación del sector TIC y de los contenidos superó los 88.000 millones de euros en 2013”. Disponible Online: <http://www.red.es/redes/sala-de-prensa/nota-de-prensa/la-facturacion-del-sector-tic-y-de-los-contenidos-supero-los-88000-mil> [consultado 3 de junio de 2015].

-Registro de ficheros de carácter personal - Agencia Española de Protección de Datos. Disponible Online: <https://www.agpd.es/portalwebAGPD/index-ides-idphp.php> [consultado 29 de junio de 2015].

-Requena Rodríguez, José María (2008), “Contabilidad interna: Cálculo, análisis y control de costes”