

# PAN DE EMPRESA DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL

## **PINALBAL PROYECTOS Y SERVICIOS**

## Índice

1. Introducción.....	4
2. Justificación.....	4
3. Objetivos.....	5
4. Desarrollo.....	5
4.1. Idea de negocio.....	5
4.2. Presentación de los promotores.....	6
4.3. Estudio de mercado y análisis estratégico.....	7
4.3.1. Análisis del entorno específico.....	8
4.3.1.1. Clientes.....	8
4.3.1.2. Competencia.....	9
4.3.1.3. Proveedores.....	9
4.3.2. Análisis externo.....	10
4.3.2.1. PESTEL.....	10
4.3.3. Análisis interno.....	12
4.3.3.1. Matriz DAFO.....	13
4.4. Plan de marketing.....	15
4.4.1. Servicios que ofrecemos.....	16
4.4.2. Precio.....	16
4.4.3. Promoción.....	18
4.4.4. Distribución.....	19
4.4.5. Costes de marketing.....	20
4.5. Plan de operaciones.....	20
4.5.1. Localización.....	20
4.5.2. Porque en mejorada. ....	21
4.5.3. Localizacion dentro de mejorada.....	22
4.5.4. Recursos necesarios.....	23
4.6. Plan de organización. ....	25
4.6.1. Naturaleza jurídica. ....	25
4.6.2. Recursos humanos necesarios. ....	26
4.6.3. Organigrama. ....	27
4.6.4. Politica estrategica de recursos humanos. ....	29
4.7. Plan económico-financiero. ....	30
4.7.1. Plan de inversión. ....	31

4.7.2. Activo no corriente.....	31
4.7.3. Inmovilizado material .....	32
4.7.4. Activo corriente.....	32
4.7.5. Plan de financiación. ....	33
4.7.6. Análisis de costes. ....	33
4.7.7. Ingresos. ....	34
4.7.8. Cuentas de pérdidas y ganancias. ....	35
4.7.9. Plan de tesorería. ....	36
4.7.10. Balance de situación. ....	37
5. Conclusiones. ....	38
6. Bibliografía. ....	39

## **1. Introducción.**

El trabajo de fin de grado de administración y dirección de empresas voy a realizarlo sobre el plan de negocios para la puesta en funcionamiento de una empresa de equipamiento comercial. Un plan de negocios es un documento que describe en detalle los objetivos de un negocio, las estrategias para alcanzar esos objetivos y los pasos concretos que se tomarán para implementar esas estrategias. Suele incluir información sobre la estructura organizativa del negocio, el mercado al que se dirige, el análisis de la competencia, el modelo de ingresos, el plan de marketing, el plan operativo y financiero, entre otros aspectos relevantes. En resumen, un plan de negocios es una guía integral que ayuda a los emprendedores y empresarios a planificar, organizar y dirigir su negocio de manera efectiva, identificando oportunidades, minimizando riesgos y maximizando el potencial de éxito.

A lo largo de este trabajo abordare los distintos análisis para la creación y viabilidad de la empresa, así como la presentación de los promotores, el plan de marketing donde se determinara el mercado al que va dirigido, el estudio de mercado donde se desarrollara la actividad, el plan de organización, incluyendo temas como el proceso, producto proveedores etc., la forma jurídica de la empresa, el plan financiero y económico y por ultimo las conclusiones.

Para desarrollar este trabajo voy a aplicar los conocimientos adquiridos de las asignaturas impartidas en el grado de administración y dirección de empresas, como la dirección financiera, dirección de marketing, contabilidad, recursos humanos etc... aunque todas las asignaturas me han resultado de ayuda para realizar este trabajo.

## **2. Justificación.**

Para la elaboración del trabajo de fin de grado he optado por realizar un plan de negocios, ya que me parece muy interesante y mi objetivo en un futuro espero que no muy lejano es tener mi propia empresa y este trabajo me resulta lo más útil para cuando vaya a constituir mi empresa tengo un modelo de plan de negocio a seguir. He escogido la representación de un proyecto que estudie la viabilidad de una empresa de equipamiento comercial en Madrid. La idea de porque he escogido esta empresa es debido a que es una empresa familiar y me resultara más sencillo conseguir la información y preguntar las dudas que tenga y creo que podre llamar la atención de los lectores debido a que he estado trabajando en esta empresa y tengo bastante conocimiento en este sector.

## **3. Objetivos.**

Los propósitos del plan de negocios están concebidos para dirigir el avance y progreso de la empresa, estableciendo metas concretas y evaluables que contribuyan a lograr el éxito. Los objetivos típicos que suelen abordarse en un plan de negocios, y que pretendo incorporar en mi trabajo de fin de grado, son los siguientes:

1. Delimitación de la visión y misión: Definir el rumbo y propósito de la empresa, identificando los logros a largo plazo y los medios para alcanzarlos.
2. Identificación del mercado objetivo: Precisar con claridad quiénes son los potenciales clientes a los que se dirigirá la empresa, entendiendo sus necesidades y deseos.
3. Evaluación de la competencia: Analizar a los competidores en el mercado para comprender sus puntos fuertes, debilidades y estrategias, y así determinar cómo destacar y diferenciarse.
4. Desarrollo de productos o servicios: Determinar qué productos o servicios se ofrecerán, cómo se distinguirán de la competencia y cómo se llevará a cabo su desarrollo y comercialización.
5. Planificación financiera: Establecer metas financieras, como los ingresos esperados, los márgenes de ganancia, la inversión inicial requerida y los plazos para lograr la rentabilidad.
6. Estrategia de marketing y ventas: Definir cómo se promocionarán y venderán los productos o servicios, incluyendo los canales de distribución, las estrategias de precios y las tácticas de promoción.
7. Establecimiento de hitos y métricas de rendimiento: Definir hitos específicos y cuantificables que permitan evaluar el avance hacia los objetivos establecidos, como el número de clientes adquiridos, los ingresos alcanzados o la satisfacción del cliente.
8. Planificación operativa: Establecer procedimientos y procesos operativos para asegurar una ejecución eficaz y eficiente de la estrategia de negocio.

Es esencial que estos objetivos sean realistas, alcanzables y estén alineados con la visión y estrategia global de la empresa para garantizar su éxito.

#### **4. Desarrollo**

A continuación, desarrollaré el plan de negocio de una empresa que ya existe y ha estado operando por más de diez años. Recrearé su trayectoria y explicaré sus primeros tres años de actividad.

##### **4.1 Idea de negocio.**

Pinalbal Proyectos y Servicios es una empresa especializada en equipamiento comercial. Me dedico a la instalación y mantenimiento de una variedad de productos, como consignas de taquillas y carros, en grandes superficies y supermercados a lo largo del país, aunque mi principal área de operación es la Comunidad de Madrid. A lo largo de este trabajo, detallaré las principales características de este proyecto y su desarrollo, explicando cada aspecto de nuestro enfoque y operativa. Desde nuestra fundación, hemos trabajado para ofrecer soluciones eficientes y de alta calidad a nuestros clientes, garantizando un servicio que se adapta a sus

necesidades específicas. En las próximas secciones, exploraré en profundidad cómo hemos construido nuestra reputación en el mercado y los procesos que seguimos para asegurar la satisfacción del cliente

Sector	Servicio de equipamiento comercial.
Actividad	Instalación y mantenimiento de nuestros productos en los establecimientos de nuestros clientes.
Código CNAE	4752
Forma jurídica	Sociedad Limitada
Instalaciones	Nave de 55 metros cuadrados con dos plantas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- La planta baja estará destinada al almacenamiento de las materias primas y productos fabricados y a la fabricación de nuestros productos.</li> </ul> <p>La primera planta estará destinada a ser una oficina.</p>
Equipos y maquinaria	Equipos informáticos, software, todo tipo de herramientas, furgoneta de empresa y una nave.
Personal y organización	El personal de trabajo estará formado por el promotor de la empresa y tres trabajadores.
Clientes	Cualquier tipo de establecimiento que solicite nuestros productos, enfocándonos a grandes superficies y supermercados.
Herramientas de promoción	Comercial, página web, redes sociales, el boca a boca, catálogo.

Fuente: elaboración propia

#### 4.2 Presentación de los promotores

Pinalbal Proyectos y Servicios será un proyecto empresarial iniciado por su promotor, Jorge Martín Agudo. Jorge, con una visión clara y una sólida formación en el ámbito empresarial, ha decidido embarcarse en esta aventura para ofrecer soluciones innovadoras en equipamiento comercial.

En la siguiente tabla, se especifican detalladamente su formación académica, su vasta experiencia profesional, así como las capacidades y habilidades que lo convierten en el candidato ideal para liderar este proyecto. La formación de Jorge incluye estudios avanzados en gestión empresarial y administración de empresas, complementados con cursos específicos en logística y mantenimiento de equipos comerciales.

Su experiencia profesional abarca varios años en el sector, durante los cuales ha ocupado roles clave que le han permitido desarrollar una profunda comprensión del mercado y de las necesidades de los clientes. Entre sus capacidades destacan su habilidad para la gestión de

proyectos, liderazgo de equipos y su enfoque en la mejora continua de procesos. Sus habilidades técnicas y su capacidad para innovar en la implementación de soluciones comerciales le aseguran un desempeño eficiente y efectivo en este nuevo emprendimiento.

Con una combinación de conocimientos teóricos y prácticos, Jorge está preparado para enfrentar los desafíos que presenta el mercado y llevar a Pinalbal Proyectos y Servicios hacia el éxito.

	Formacion	Experiencia laboral	Habilidades
<b>Jorge Martin Agudo</b>	Grado en administración y dirección de empresas.  Titulo B2 de ingles.	Auxiliar administrativo y encargado de almacen en esta empresa.  Auxiliar administrativo en el departamento de dirección financiera en una asesoría..	Liderazgo empresarial. Resolución de conflictos. Decisión y ambición. Responsabilidad.

Fuente: elaboración propia

### 4.3. Estudio de mercado y análisis estratégico:

En esta sección, voy a recopilar información detallada sobre la situación del entorno de mi empresa, abarcando tanto los factores internos como los externos. Analizaré cada uno de estos elementos con el objetivo de comprender plenamente los desafíos y oportunidades que enfrente. Este análisis exhaustivo me ayudará a establecer una estrategia sólida y efectiva para introducir mis servicios en el mercado actual.

Es fundamental entender tanto el ambiente interno, que incluye los recursos, capacidades y estructura de la empresa, como el externo, que abarca las tendencias del mercado, la competencia y los cambios económicos y sociales. Este conocimiento integral me permitirá tomar decisiones informadas y diseñar estrategias que aprovechen al máximo mis fortalezas y oportunidades, mientras mitigo los riesgos asociados.

A continuación, desarrollaré en detalle los puntos clave de este análisis, explorando cada aspecto relevante para asegurar que mi empresa esté bien posicionada para alcanzar el éxito en un entorno competitivo

#### 4.3.1 Análisis del entorno específico

##### 4.3.1.1. Clientes.

Mis clientes podrán ser cualquier tipo de establecimiento que solicite mis productos, aunque me enfocaré principalmente en grandes superficies y supermercados. Hoy en día, hay varias cadenas de supermercados con grandes cantidades de tiendas tanto en la comunidad autónoma de Madrid como en el resto de España.

A continuación, analizaré algunas de las cadenas de supermercados más importantes del país, así como la cantidad de tiendas que tienen, para conocer mejor a mis posibles clientes:

- **Mercadona** cuenta con más de 1.600 tiendas repartidas por toda la geografía española.
- **Lidl** tiene 600 tiendas en el país. Esta red alemana ofrece tiendas de tamaño mediano (entre 700 y 1.000 metros cuadrados) y una gama bastante amplia de productos.
- **Carrefour** es una compañía multilocal, multiformato y omnicanal con 203 hipermercados, 116 supermercados Carrefour Market, 658 supermercados Carrefour Express, dos tiendas BIO y 17 Supeco, sumando un total de más de 1.000 tiendas en España.
- **Hipercor** es una red de hipermercados perteneciente al grupo El Corte Inglés, con 38 centros distribuidos por todo el país.
- **Día** cuenta con 4.713 supermercados, siendo la cadena de distribución alimentaria con más tiendas en España. De estas, 2.543 son propias y 2.170 son franquicias.
- **Aldi** tiene 308 tiendas en España, con varios tipos de supermercados, aunque los más comunes son los de formato de proximidad.
- **Alcampo**, propiedad del grupo francés Auchan, cuenta con 62 hipermercados, 277 supermercados y 63 gasolineras en España.
- En la Comunidad de Madrid destaca la cadena de supermercados **Ahorramás**, que tiene 270 tiendas. Además de Madrid, tiene presencia en Toledo, Ciudad Real, Guadalajara y Cuenca.

Como mencioné al principio, podré trabajar con cualquier tipo de establecimiento que solicite mis productos, pero estas cadenas de supermercados son las más importantes del país. Por ello, me interesa consolidar relaciones laborales con alguna de estas cadenas a través de mi comercial.

#### 4.3.1.2. Competencia

En esta etapa, exploraré a fondo las empresas que podrían ser competidores directos, ya sea debido a la similitud en sus productos o por el solapamiento en su base de clientes.

**EMPRESA 1: Marsanz** (<https://www.marsanz.es/>)

Marsanz se especializa en satisfacer la necesidad de abastecimiento de productos propios de supermercados. Su enfoque principal radica en la fabricación de equipamiento comercial, incluyendo carros de autoservicio, estantería comercial, dispositivos de entrada-salida, y una variedad de check-out. Su clientela predominante son supermercados. Aunque Marsanz



generalmente ofrece un servicio adecuado, la atención postventa puede ser una área de mejora. Su posición en el mercado se beneficia de su amplio catálogo de productos y su presencia internacional, mientras que nuestra empresa se destaca por tener clientes fijos y la capacidad de producción de moldes de cerradura personalizados. Si bien representa una amenaza debido a su diversidad de productos, también ofrece una oportunidad al atender una base de clientes global y suministrar una amplia gama de productos a los supermercados.

**EMPRESA 2: Setrocmm (<https://www.setrocmm.com/producto/consignas-para-supermercados>)**

Setrocmm comparte similitudes con nuestra empresa en términos de productos ofrecidos. Se especializan en taquillas metálicas de diferentes tamaños y colores, con aplicaciones en supermercados, centros deportivos, colegios y lavanderías industriales. Aunque no podemos determinar su estructura de precios de manera definitiva, su sitio web sugiere precios competitivos que los hacen atractivos para una amplia gama de clientes. A pesar de sus similitudes con nuestra oferta, su ventaja radica en la oferta de taquillas metálicas, mientras que nosotros nos enfocamos en taquillas de madera. Esta empresa presenta una amenaza debido a la competencia directa en el mercado y la similaridad de sus productos. Sin embargo, también representa una oportunidad al atender a una variedad de clientes en diferentes sectores.

**EMPRESA 3: Keya (<http://www.keya.es/>)**

Keya se especializa en cerraduras, ofreciendo una variedad de opciones electrónicas y mecánicas para diversos sectores, desde espacios de ocio hasta comercios. La empresa destaca por su experiencia, exclusividad en diseño y tecnología avanzada, habiendo ganado la confianza de grandes empresas como Ikea. Su sólida reputación y experiencia la colocan como una amenaza, especialmente considerando que algunos de nuestros clientes podrían preferir sus productos. Sin embargo, su presencia internacional y la confianza establecida con grandes empresas también presentan oportunidades, particularmente en la expansión hacia nuevos mercados.

**EMPRESA 4: Taquillabarata (<https://taquillabarata.es/>)**

Aunque Taquillabarata también ofrece taquillas, su enfoque es diferente al nuestro, ya que se dirigen principalmente a vestuarios en comercios, gimnasios, hoteles y centros educativos. Destacan por su amplia gama de taquillas y su capacidad para instalarse en entornos húmedos. Aunque su especialización en taquillas para entornos húmedos representa una ventaja competitiva, no comparten exactamente nuestro mercado objetivo. Sin embargo, su capacidad para abordar un nicho de mercado diferente representa una oportunidad de expansión para nuestra empresa.

#### **4.3.1.3. Proveedores:**

En cuanto a los proveedores, la estrategia es asegurar una cadena de suministro sólida y confiable. Detallaré los proveedores que planeo involucrar y los materiales que proporcionarán:

- HRG: Compararé los moldes de nuestras cerraduras.

- El corte maderero S.L.: Proveedor de maderas.
- Orybex marketing S.L.: Proveedor de llaveros, pegatinas y publicidad.
- Mypacril S.L. y Delta Stands: Proveedores de metacrilato.
- Molins e hijos S.L. e Inza y plas. Inyección zamak: Proveedores de plástico de cerradura.
- Aglobal S.L.: Proveedor de bisagras e imanes de las puertas.
- Talleres de remolques y carrocerías Miguel A. Arastey e Soluciones metálicas integrales S.L.: Proveedores de acero inoxidable.
- TESA: Proveedor de suministro de bombillos y copias de llaves.
- Muelles Hermanos Teruel: Proveedor de los muelles de la cerradura.
- Bricomark, ferretería perez: Proveedor de tornillería y herramientas.
- Mensajeros Boadilla S.L. (Envialia): Empresa de transportes.
- Embal AIR, S.L.: Proveedor de material de embalaje.
- Mediamarkt: Proveedor de informática

#### **4.3.2. Análisis externo**

El análisis externo ayudara a la empresa a identificar y evaluar todos los factores externos que afectan al desempeño de esta.

- PESTEL

Para analizar los factores externos vamos a utilizar el análisis PESTEL. Son factores macroeconómicos que pueden tener consecuencias en nuestro negocio afectando a nuestra situación y nuestro futuro, es decir, al curso de la actividad empresarial.

A continuación, analizaremos los diferentes factores:

- Factores políticos

Los factores políticos a tener en cuenta para nuestra empresa serian:

Regulaciones Laborales: Leyes sobre contratación, despido, salario mínimo y beneficios laborales pueden influir en los costos laborales.

Políticas Fiscales: Tasas de impuestos sobre sociedades, IVA y disponibilidad de incentivos fiscales pueden afectar la rentabilidad.

Regulaciones Ambientales: Normativas sobre el uso de materiales ecológicos y sostenibilidad pueden incrementar los costos de producción.

Apoyo e Incentivos Gubernamentales: Subvenciones, ayudas y acceso a financiación pueden facilitar el crecimiento y la modernización

Políticas Comerciales y de Mercado: Regulaciones de comercio e importaciones, así como acuerdos comerciales, pueden impactar los costos y abrir nuevos mercados.

Estabilidad Política y Económica: Un entorno político estable y una economía saludable son cruciales para la confianza empresarial y la demanda de productos.

Burocracia y Eficiencia Administrativa: La complejidad y eficiencia de los trámites administrativos pueden afectar la rapidez operativa y de expansión.

Políticas Sociales y de Formación: Apoyo a la educación técnica y la capacitación profesional mejora la disponibilidad de mano de obra calificada, mientras que las políticas de seguridad social influyen en los costos laborales.

- Factores económicos:

Los factores económicos a tener en cuenta para el futuro de la empresa son:

Crecimiento Económico: El crecimiento del PIB influye en el poder adquisitivo y la demanda de productos.

Inflación: Afecta los costos de materiales y producción, así como los márgenes de beneficio.

Tipos de Interés: Influyen en el costo de los préstamos y financiamiento, afectando la inversión.

Desempleo: Afecta la disponibilidad y costo de la mano de obra.

Consumo Privado: El nivel de gasto y confianza del consumidor influye en la demanda de productos en supermercados.

Acceso a Financiamiento: La disponibilidad y costos de créditos y préstamos son cruciales para la operación y expansión.

Costos de Materias Primas: Los precios de los materiales usados en la fabricación pueden fluctuar y afectar los costos.

Competencia del Mercado: La competencia nacional e internacional influye en los precios y cuota de mercado.

Políticas de Innovación y Tecnología: La inversión en I+D y adopción de nuevas tecnologías mejora la eficiencia y competitividad.

Factores de Infraestructura: La calidad y costo de la logística y transporte, así como los costos energéticos, afectan la distribución y producción.

- Factores socioculturales

Los factores socioculturales que tendremos que tener en cuenta para nuestra empresa son:

Preferencias del Consumidor

Valor por la seguridad y comodidad en supermercados.

Tendencias hacia soluciones tecnológicas en taquillas.

Los factores socioculturales a tener en cuenta para el futuro de la empresa son:

Como evolucionan el consumo y como adaptarnos a ello.

Frecuencia de compra y preferencias por autoservicio.

Aumento del comercio electrónico y recogidas en tienda.

Características como el envejecimiento de la población y diversidad cultural.

Mayor conciencia sobre la sostenibilidad y preferencia por materiales ecológicos.

Importancia de la responsabilidad social empresarial.

Tecnología y Adaptación Digital, integración de tecnologías digitales en taquillas, uso creciente de aplicaciones móviles para la gestión de taquillas.

Salud y seguridad pública, importancia de medidas de seguridad sanitaria post-pandemia.

- Factores legales

Los factores legales mas importantes a tener cuenta para el futuro de nuestra empresa son:

Registro y licencias comerciales.

Cumplimiento de normativas de seguridad y calidad.

Protección de propiedad intelectual.

Cumplimiento de leyes laborales.

Cumplimiento de regulaciones ambientales.

Cumplimiento de regulaciones de comercio internacional.

Contratos y acuerdos legales.

Cumplimiento de normativas de protección al consumidor.

### **4.3.3. ANALISIS INTERNO**

#### **4.3.3.1. Matriz dafo**

El análisis DAFO es una herramienta de gran importancia que utilizo para comprender en profundidad la situación actual de mi empresa. Este análisis me permite examinar tanto los aspectos internos, como las debilidades y fortalezas, así como los factores externos, como las amenazas y oportunidades que puedan afectar el desarrollo de mi negocio.

Al estudiar detenidamente la matriz DAFO que he elaborado, he llegado a la conclusión de que mi empresa puede beneficiarse enormemente de ciertas ventajas competitivas que ya poseo. Una de estas ventajas es contar con una base de clientes fijos, lo cual proporciona una estabilidad significativa y una fuente constante de ingresos. Estos clientes leales no solo representan ventas recurrentes, sino también una valiosa retroalimentación que me permite mejorar continuamente mis productos y servicios.

Otra fortaleza destacada de mi empresa es la gran capacidad de adaptación de mis productos. Esta flexibilidad me permite ajustarme rápidamente a las necesidades y preferencias cambiantes de los clientes, así como a las condiciones del mercado. La habilidad para personalizar y adaptar mis ofertas me da una ventaja competitiva que me ayuda a destacarme frente a mis competidores y a satisfacer mejor a mis clientes.

Además, el servicio postventa y de mantenimiento que ofrezco es un pilar fundamental de mi estrategia empresarial. Este servicio no solo asegura la satisfacción continua de los clientes después de la compra, sino que también fomenta la lealtad y la recomendación de boca en boca. Al proporcionar un soporte de calidad y soluciones rápidas a cualquier problema que pueda surgir, construyo relaciones duraderas con mis clientes y fortalezo la reputación de mi empresa en el mercado.

En resumen, el análisis DAFO me ha permitido identificar claramente las áreas en las que mi empresa sobresale y las oportunidades que puedo aprovechar para seguir creciendo. Con una base de clientes fijos, una capacidad de adaptación destacada y un sólido servicio postventa, estoy bien posicionado para enfrentar los desafíos del mercado y continuar desarrollando mi negocio de manera exitosa.

Las debilidades de la empresa son: personal con poca formación (aunque no es muy necesaria) y producción u oferta de servicios poco diversificada.

Las amenazas de la empresa son: las grandes empresas con productos parecidos, aumento de precios de algunas materias primas y la bajada de precios en empresas de la competencia.

Las fortalezas de la empresa son: poseer la patente del molde de la cerradura, clientes de confianza, buen servicio postventa, buen servicio de atención al cliente, mis productos se adaptan a la imagen del comercio o supermercado, trabajadores de confianza y comprometidos y una situación financiera buena.

Las oportunidades de la empresa son: tenemos un cliente fijo por lo que otras empresas al ver nuestro producto se puedan interesar, crecimiento de las ventas al tener un cliente fijo si este aumenta nosotros también y la competencia no tiene tanta capacidad de adaptarse ya que tienen más clientes.

## CAME

En este apartado voy a realizar un plan relacionado con la matriz DAFO donde afrontare las amenazas, corregiré las debilidades, aprovecharé las oportunidades y mantendremos las fortalezas.

## AFRONTAR LAS AMENAZAS

Voy a esforzarme en diferenciarme de las grandes compañías que ofrecen productos similares a los míos, enfocándome en mi capacidad de adaptarme a las necesidades y deseos específicos de mis clientes. Además, proporcionaré un servicio postventa de alta calidad para asegurar la satisfacción continua de mis consumidores.

Ante el incremento de precios por parte de algunos de mis proveedores, me propongo explorar alternativas para mitigar este impacto. Buscaré nuevos proveedores que puedan ofrecer mejores precios o condiciones más favorables. Además, consideraré la posibilidad de realizar compras en mayores volúmenes, lo que me permitirá mantener un stock suficiente y aprovechar descuentos por compras al por mayor que algunos proveedores ofrecen.

Para hacer frente a la reducción de precios por parte de la competencia, adoptaré una estrategia centrada en la fidelización de mis clientes. Implementaré promociones atractivas y ofreceré condiciones ventajosas para incentivar la lealtad de mis clientes actuales. Mi objetivo

es crear un vínculo sólido y duradero con mis clientes, de manera que prefieran seguir eligiendo mis productos y servicios a pesar de las ofertas competitivas del mercado.

En resumen, mi plan incluye adaptarme mejor a las necesidades de mis clientes, buscar proveedores más competitivos o hacer compras en grandes cantidades para reducir costos, y enfocarme en la fidelización de clientes mediante promociones y buenas condiciones para contrarrestar la baja de precios de la competencia. Estas acciones me permitirán mantenerme competitivo y seguir creciendo en un mercado desafiante

#### CORREGIR LAS DEBILIDADES

Voy a impartir una breve formación a mis empleados sobre nuestros productos, así como sobre la gestión de inventarios y la realización de pedidos cuando sea necesario, entre otros temas importantes.

A medida que pase el tiempo y logremos consolidarnos en el mercado con una base de clientes estable, comenzaré a introducir nuevos productos, como puertas mecánicas, para diversificar nuestra oferta y satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes.

#### EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

Mi mayor oportunidad radica en que ya cuento con un cliente fijo, Ahorramás, lo cual me asegura ingresos durante el primer año.

Me comprometeré al 100% con las necesidades de mi cliente y adaptaré mis productos para satisfacer sus requerimientos específicos.

#### MANTENER LAS FORTALEZAS

Para asegurarme de mantener a mi cliente fijo, le daré prioridad en todas nuestras operaciones y me aseguraré de cumplir con todos los plazos requeridos. Además, prestaré una atención especial a nuestro servicio postventa, garantizando que el cliente siempre esté satisfecho con los servicios que proporciono. Mi objetivo es que la experiencia del cliente sea excelente en cada interacción, fomentando así su lealtad y satisfacción continua.

Contaré con un equipo altamente comprometido y de confianza. Para lograr esto, proporcionaré una formación inicial completa a mis empleados, asegurándome de que estén bien preparados y alineados con los objetivos de la empresa. Esta formación no solo mejorará sus habilidades, sino que también fomentará su implicación y compromiso con la empresa. Al tener un equipo bien capacitado y dedicado, podré ofrecer un mejor servicio a mis clientes y asegurarme de que se sientan valorados y atendidos.

Por último, poseo mi propio molde de cerradura, lo cual me permite ofrecer un producto único que me ayudará a diferenciarme del resto de las empresas en el mercado. Esta ventaja

competitiva me permitirá destacar y atraer a más clientes que buscan productos exclusivos y de alta calidad. Con esta distinción, podré establecer una presencia más fuerte en el mercado y ofrecer soluciones que otros no pueden proporcionar

#### **4.4. PLAN DE MARKETING**

Una de las claves fundamentales para asegurar el éxito de cualquier negocio radica en la implementación de una estrategia de marketing efectiva. Para mí, este principio es más que una mera premisa; constituye el cimiento sobre el cual edificar el crecimiento y la sostenibilidad de mi empresa. Comprendo plenamente la importancia de garantizar que nuestros productos sean conocidos y valorados por nuestro público objetivo de manera coherente y convincente.

Por consiguiente, en esta etapa crucial de planificación, me comprometo a detallar meticulosamente cómo nos daremos a conocer en el mercado. Desarrollaré estrategias de marketing innovadoras y personalizadas que capturarán la atención de nuestros clientes potenciales y les transmitirán el valor y la relevancia de lo que ofrecemos. Cada táctica será cuidadosamente diseñada para destacar las cualidades distintivas de nuestros productos y para establecer una conexión emocional con nuestra audiencia.

Además, comprendo que la relación con nuestros clientes es un factor determinante en el éxito a largo plazo de nuestro negocio. Por lo tanto, no solo nos centraremos en atraer la atención de los clientes, sino que también nos comprometeremos a cultivar relaciones sólidas y duraderas con ellos. Implementaré programas de fidelización, ofreceré un servicio al cliente excepcional y buscaré constantemente formas de involucrar a nuestra base de clientes en el desarrollo y mejora de nuestros productos y servicios.

Por último, pero no menos importante, abordaré detalladamente la estrategia de ventas y distribución de nuestros productos. Analizaré cuidadosamente los canales de distribución más efectivos para llegar a nuestra audiencia objetivo y diseñaré un proceso de ventas que sea eficiente y satisfactorio tanto para nosotros como para nuestros clientes

##### **4.4.1. SERVICIOS QUE OFRECEMOS**

A continuación, voy a presentar los servicios que ofrecemos a cualquier establecimiento que necesite nuestros productos. Contamos con una variedad de productos que podemos proporcionar a nuestros clientes, pero nuestro enfoque principal está en la instalación y mantenimiento de dos tipos específicos:

- Taquillas de madera en el color que se solicite, disponibles en diferentes tamaños:
  - Taquillas de 2 metros.
  - Taquillas de 1,75 metros.
  - Taquillas de 1,5 metros.
  - Taquillas de 1,25 metros.
- Consignas para carros de compra:

- Consigna para carro de 2 metros.
- Consigna para carro de 1,75 metros.
- Consigna para carro de 1,5 metros.
- Consigna para carro de 1,25 metros.

Estos son los productos más solicitados con los que trabajamos, sin embargo, también ofrecemos otros productos como cerraduras fabricadas con nuestro molde, así como puertas de metacrilato o madera. Estamos comprometidos a satisfacer las necesidades específicas de cada cliente y a ofrecer soluciones que se adapten perfectamente a sus requisitos

#### **4.4.2. PRECIO**

El precio en las taquillas variara dependiendo del color que quiera nuestro cliente y de si quiere puertas de metacrilato para estas taquillas o puertas de madera normal. Aunque el precio base de las taquillas será el siguiente:

- El precio de las taquillas de 2 metros será 199,63 euros. (6 puertas), compuesta de:
  - Tornillería: 4,30 euros.
  - cerraduras: 10,95 (1 cerradura) \* 6= 65,7 euros.
  - Madera de la taquilla: 119,25 euros.
  - bisagras: 6 euros.
  - imanes: 3,18 euros.
  - etiquetas: 1,20 euros.
  
- El precio para las taquillas de 1,75 metros será 188,88 euros. (6 puertas), compuesta de:
  - Tornillería: 4,30 euros.
  - cerraduras: 10,95 (1 cerradura) \* 6= 65,7 euros.
  - Madera de la taquilla: 108,50 euros.
  - bisagras: 6 euros.
  - imanes: 3,18 euros.
  - 6 etiquetas: 1,20 euros.
  
- El precio para las taquillas de 1,5 metros será 175,88 euros. (5 puertas), compuesta de:
  - Tornillería: 4,15 euros.
  - cerraduras: 10,95 (1 cerradura) \* 5= 54,75 euros.
  - Madera de la taquilla: 108,50 euros.
  - bisagras: 5 euros.
  - 5 imanes: 2,65 euros.
  - 5 etiquetas: 0,83 euros.
  
- El precio para las taquillas de 1,25 metros será 129,08. (4 puertas), compuesta de:
  - Tornillería: 4 euros.



- 4 cerraduras: 10,95 (1 cerradura) \* 4= 43,80 euros.
  - Madera de la taquilla: 74,50 euros.
  - 4 bisagras: 4 euros.
  - 4 imanes: 2,12 euros.
  - 4 etiquetas: 0,66 euros.
- El precio para las taquillas de 1 metro será 107,39 euros. (3 puertas), compuesta de:
    - Tornillería: 3,85 euros.
    - 3 cerraduras: 10,95 (1 cerradura) \* 3= 32,85 euros.
    - Madera de la taquilla: 65,60 euros.
    - 3 bisagras: 3 euros.
    - 3 imanes: 1,59 euros.
    - 3 etiquetas: 0,50 euros.

Estos precios son de las taquillas con las puertas de madera y de color haya.

Por otro lado, existen las consignas de carros que su precio dependerá de si cuentan con cuatro patas o dos patas.

El precio base de las consignas de carros será el siguiente:

- El precio de las consignas de carros de acero inoxidable de 2 metros con cuatro patas será 391,26 euros. (10 cerraduras), está compuesta de:
  - Cerraduras (con entrada y salida de moneda y el bulón y cadena): 11,98 (1 cerradura) \* 10= 119,8 euros.
  - Marco de acero inoxidable: 215 euros.
  - Etiquetas: 0,18 (1 etiqueta) \*10= 1,8 euros.
  - Tornillería: 3,14 euros.
  - Madera de carro: 51,52 euros.
- El precio de las consignas de carros de acero inoxidable de 1,75 metros con cuatro patas será 365,35 euros. (9 cerraduras), está compuesta de:
  - Cerraduras (con entrada y salida de moneda y el bulón y cadena): 11,98 (1 cerradura) \* 9= 107,82 euros.
  - Marco de acero inoxidable: 205 euros.
  - Etiquetas: 0,18 (1 etiqueta) \*9= 1,62 euros.
  - Tornillería: 3,07 euros.
  - Madera de carro: 47,84 euros.
- El precio de las consignas de carros de acero inoxidable de 1,5 metros con cuatro patas será 329,44 euros. (8 cerraduras), está compuesta de:
  - Cerraduras (con entrada y salida de moneda y el bulón y cadena): 11,98 (1 cerradura) \* 8= 95,84 euros.
  - Marco de acero inoxidable: 185 euros.
  - Etiquetas: 0,18 (1 etiqueta) \*8= 1,44 euros.
  - Tornillería: 3 euros.

- Madera de carro: 44,16 euros.
- El precio de las consignas de carros de acero inoxidable de 1,25 metros con cuatro patas será 290,85 euros. (6 cerraduras), está compuesta de:
  - Cerraduras (con entrada y salida de moneda y el bulón y cadena): 11,98 (1 cerradura) \* 6= 71,88 euros.
  - Marco de acero inoxidable: 180 euros.
  - Etiquetas: 0,18 (1 etiqueta) \*6= 1,08 euros.
  - Tornillería: 2,93 euros.
  - Madera de carro: 34,96 euros.
- El precio de las consignas de carros de acero inoxidable de 1 metro con cuatro patas es de 264,94 euros. (5 cerraduras), está compuesta de:
  - Cerraduras (con entrada y salida de moneda y el bulón y cadena): 11,98 (1 cerradura) \* 5= 59,90 euros.
  - Marco de acero inoxidable: 170 euros.
  - Etiquetas: 0,18 (1 etiqueta) \*5= 0,9 euros.
  - Tornillería: 2,86 euros.
  - Madera de carro: 31,28 euros.

Uno de los productos también son las consignas de carros de acero inoxidable de dos patas, el precio de estas será de un tercio con respecto a las consignas de carros de cuatro patas.

A parte de las consignas de carros y taquillas también tenemos las cerraduras las cuales tienen un precio de 10,95 euros.

Por último, tendría las puertas de metacrilato que varían su precio según el tamaño, hay cuatro tipos de tamaño y su precio es:

- a) Puerta de metacrilato de 40cm x 34,5 cm con 6 mm de grosor 9 euros.
- b) Puerta de metacrilato de 40cm x 23 cm con 6 mm de grosor 8,20 euros.
- c) Puerta de metacrilato de 40cm x 22,4 cm con 6 mm de grosor 8,20 euros.
- d) Puerta de metacrilato de 40cm x 30,5 cm con 6 mm de grosor 9 euros.

En caso de que nuestros clientes quisieran las taquillas con puertas de metacrilato debería pedir la taquilla sin puertas, quitar las bisagras y poner las bisagras de la puerta de metacrilato que es 0,88 euros cada puerta. También habría que cambiar la etiqueta por una etiqueta troquelada. Y un tope para la puerta que costará 0,25 euros.

#### **4.4.3. PROMOCION**

Una vez que hemos definido nuestros productos y establecido sus precios, el siguiente paso crucial es comunicar esta información a nuestro público objetivo. En este sentido, emplearé

una variedad de canales de comunicación para garantizar que nuestra presencia sea efectiva y alcance a nuestra audiencia de manera amplia y relevante.

En primer lugar, para llegar a grandes establecimientos y supermercados, desplegaré a nuestro equipo comercial. Ellos se encargarán de distribuir tarjetas de presentación de la empresa que incluirán nuestro número de teléfono. Con este enfoque directo, buscamos cumplir objetivos claros:

Dar a conocer nuestra empresa de manera rápida y efectiva. Captar potenciales socios y comenzar el proceso de fidelización desde el primer contacto.

Además de esta estrategia, exploraremos otras formas de aumentar nuestra visibilidad y alcance en el mercado. Una de estas iniciativas será la creación de una página web, donde cualquier persona interesada pueda encontrar información detallada sobre nuestra empresa. Este sitio web contendrá un catálogo completo de nuestros productos, junto con datos de contacto como nuestra ubicación, número de teléfono y dirección de correo electrónico. Esta plataforma digital será una herramienta invaluable para conectar con clientes potenciales y proporcionarles la información que necesitan para tomar decisiones informadas sobre nuestros productos y servicios.

Finalmente, para mantenernos al día con las últimas tendencias en comunicación y marketing, estableceremos presencia en las redes sociales. Crearé cuentas en Instagram y Twitter, donde compartiremos contenido relevante, actualizaciones de productos y noticias sobre nuestra empresa. Estas plataformas me permitirán interactuar de manera más directa y personal con nuestros seguidores, construyendo así una comunidad en línea en torno a nuestra marca

#### **4.4.4. DISTRIBUCION**

Los pedidos para la instalación de nuestros productos se pueden realizar de diversas maneras, brindando así flexibilidad y comodidad a nuestros clientes. Como parte de nuestra filosofía de servicio, buscamos facilitar al máximo el proceso de adquisición de nuestros productos. Aquí detallo las opciones disponibles:

- Teléfono: El futuro cliente puede contactarnos a través del número que figura en nuestra página web o en las tarjetas que nuestros comerciales distribuyen. Esta opción ofrece una vía directa y rápida de comunicación, permitiendo a los clientes obtener información detallada y realizar sus pedidos de manera eficiente.
- Forma presencial: Aquellos clientes que prefieran un contacto más personalizado tienen la opción de visitar nuestra nave o instalación. Allí, nuestro equipo estará encantado de recibirlos, atender sus consultas y gestionar sus pedidos de manera presencial.
- Página web: Nuestra página web es otra herramienta clave para realizar pedidos. A través de ella, los clientes pueden ponerse en contacto con nosotros mediante el formulario de contacto, el correo electrónico o el número de teléfono proporcionado en la página. Esta plataforma digital ofrece comodidad y accesibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Una vez que el cliente haya realizado su pedido, nos aseguramos de que la entrega de nuestros productos se realice de la manera más conveniente para ellos. Aquí describo las opciones disponibles:

- Entrega y instalación por nuestra parte: Si el cliente requiere la instalación de nuestros productos, nos encargamos de llevarlos personalmente utilizando nuestra furgoneta de la empresa. Esta opción está disponible para clientes cuyas tiendas se encuentren en la Comunidad de Madrid o sus alrededores. Como parte de nuestros planes futuros, consideramos la expansión de la empresa con múltiples sedes en diferentes puntos de España, lo que nos permitiría ofrecer servicios de instalación en todo el país.
- Entrega a través de empresas de transporte: Para clientes cuyas tiendas se encuentren en otras regiones de España o que prefieran gestionar la instalación por su cuenta, coordinamos la entrega de los productos a través de empresas de transporte. En cada caso, negociamos las condiciones de envío con el cliente, asegurándonos de ofrecer soluciones que se adapten a sus necesidades. En algunos casos, el cliente asume los gastos de transporte, mientras que en otros casos, nos hacemos cargo nosotros como parte de nuestro compromiso con la satisfacción del cliente.

#### **4.4.5. COSTES DE MARKETING**

Los costes de marketing en el año 1 serían: equipo comercial 0 euros, página web 700 euros, redes sociales 0 euros y catálogo 500 euros.

### **4.5. PLAN DE OPERACIONES.**

#### **4.5.1. LOCALIZACION**

La elección de la ubicación para nuestro proyecto es una decisión estratégica de gran trascendencia. Personalmente, considero que la localización juega un papel crucial en el éxito de cualquier iniciativa empresarial. Es por eso que hemos optado por implantarnos en la comunidad de Madrid, específicamente en Mejorada del Campo.

Mejorada del Campo, situada al este de Madrid, se encuentra a unos 21 kilómetros de la capital española. Su historia es fascinante: en 1970, esta localidad experimentó una transformación urbanística radical que la elevó de una aldea a un municipio de la comunidad de Madrid. Este cambio no solo marcó un hito en su desarrollo, sino que también la convirtió en un lugar atractivo y vibrante.

Una de las razones principales que nos llevó a elegir Mejorada del Campo como nuestra ubicación es su proximidad a Madrid, lo que facilita el acceso a un mercado más amplio y diverso. Además, la comunidad de Mejorada cuenta con una serie de equipamientos públicos que la hacen aún más atractiva tanto para residentes como para visitantes.

En cuanto a las infraestructuras de comunicación, Mejorada del Campo cuenta con una red de carreteras bien desarrollada que facilita la movilidad y el acceso a otras zonas importantes. Algunas de las principales vías incluyen la M-203, que conecta con Alcalá de Henares; la M-208, que une Mejorada con Velilla de San Antonio, donde se encuentra situada la plataforma de Ahorramás, una conexión clave para nuestras operaciones; y la R-3, una autopista de peaje que enlaza con la M-30 en el nudo sureste y con la Autovía de Valencia A-3 en el otro extremo.



#### 4.5.2. PORQUE EN MEJORADA DEL CAMPO

La elección de la ubicación para la nave/almacén de nuestra empresa en Mejorada del Campo está respaldada por una serie de razones estratégicas que considero fundamental destacar. Esta decisión ha sido cuidadosamente ponderada y evaluada, y estoy convencido de que nos proporcionará una ventaja competitiva significativa en el mercado. A continuación, detallo las principales razones que respaldan esta elección:

- Cercanía a Madrid capital: La proximidad a la capital española es una ventaja clave para nuestro negocio. Madrid es un importante centro económico y comercial, lo que nos brinda acceso a un mercado más amplio y diverso. Además, la cercanía a Madrid facilita la logística y la distribución de nuestros productos a clientes en toda la región.
- Variedad de polígonos industriales: Mejorada del Campo cuenta con varios polígonos industriales que ofrecen una amplia gama de naves de diferentes tamaños y especificaciones. Esta diversidad nos permite elegir la opción que mejor se adapte a nuestras necesidades operativas y de almacenamiento, garantizando así una solución personalizada y eficiente para nuestro negocio.
- Costo del alquiler o compra de las naves: En comparación con los precios en Madrid capital, el costo del alquiler o compra de naves en Mejorada del Campo es considerablemente más bajo. Esta diferencia de precios nos brinda una oportunidad económica significativa y nos permite optimizar nuestros recursos financieros para invertir en otras áreas clave de nuestro negocio.

- Cercanía a la plataforma de Ahorrámás: La proximidad a la plataforma de Ahorrámás, ubicada en Velilla de San Antonio, es otro factor determinante en nuestra decisión. Esta plataforma es un centro logístico importante para nosotros, ya que facilita el abastecimiento y la distribución de nuestros productos de manera eficiente y oportuna. La cercanía a esta instalación nos permite minimizar los tiempos de entrega y optimizar nuestra cadena de suministro.

En la siguiente imagen adjunta, se puede observar claramente la proximidad de nuestra ubicación a Velilla de San Antonio, donde se encuentra la plataforma de Ahorrámás. Esta visualización proporciona una perspectiva clara de la conveniencia y la accesibilidad de nuestra ubicación en relación con esta instalación crucial para nuestras operaciones



#### 4.5.3. LOCALIZACION DENTRO DE MEJORADA DEL CAMPO

Como discutimos anteriormente, en Mejorada del Campo contamos con varios polígonos industriales que ofrecen una variedad de naves de diferentes tamaños. Ahora procederé a presentar algunas de las opciones disponibles, junto con sus precios y ubicaciones, para luego seleccionar la más adecuada para nuestras necesidades.

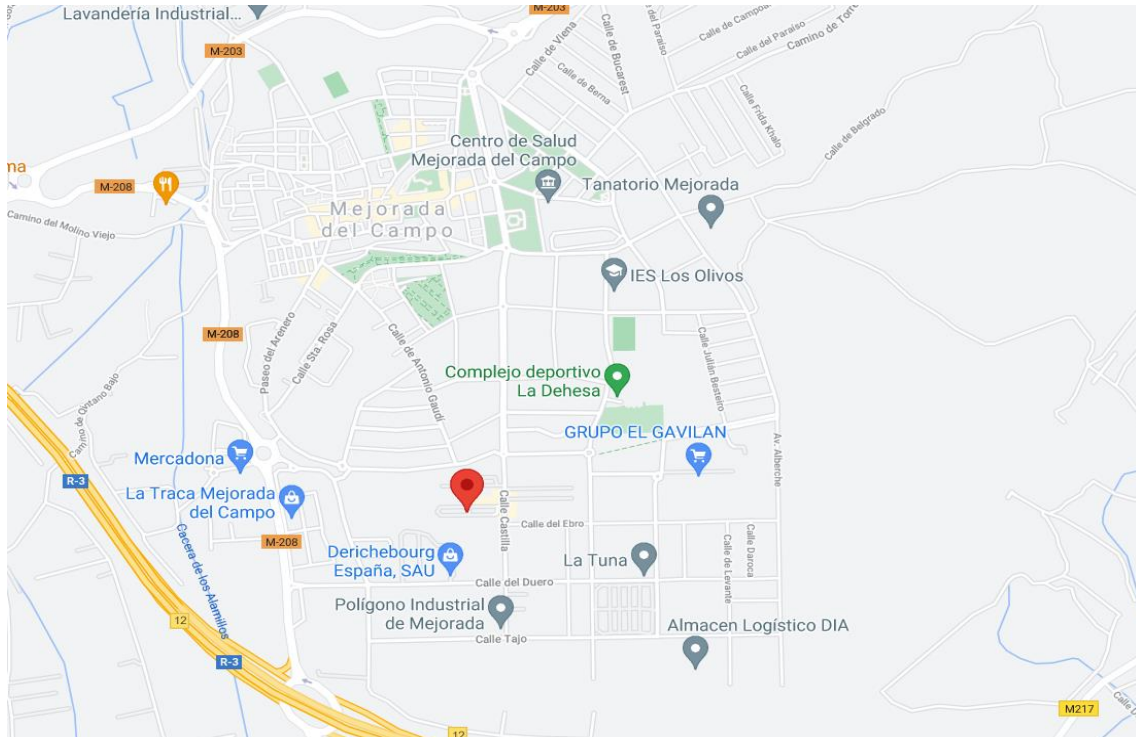
**Nave 1:** Esta nave está ubicada en la calle Castilla número 6, nave 47, y tiene un precio de 48.000 euros. Ofrece un espacio de 50 metros cuadrados, con un altillo adicional de 70 metros cuadrados.

**Nave 2:** La segunda opción se encuentra en la calle Pirineos, nave 38, con un precio de 20.000 euros. Esta nave cuenta con 17 metros cuadrados de espacio disponible.

**Nave 3:** La tercera opción está en la calle Castilla número 53, con un precio de 90.000 euros. Esta nave ofrece un espacio más amplio de 100 metros cuadrados, además de un altillo.

Tras considerar estas opciones, hemos decidido optar por la primera nave. Esta elección se basa en que ofrece un espacio adecuado para desarrollar nuestras actividades comerciales, con 50 metros cuadrados que nos permitirán almacenar nuestro inventario y llevar a cabo el montaje y la preparación de nuestros productos. Además, cuenta con un altillo de aproximadamente 20 metros cuadrados, que utilizaremos como oficina para realizar tareas administrativas como facturación, inventario y otros trámites necesarios.

A continuación, adjunto un mapa que muestra la ubicación de nuestra nave en Mejorada del Campo, lo que proporciona una perspectiva visual de su ubicación y accesibilidad en relación con la zona.



#### 4.5.4. RECURSOS NECESARIOS

##### RECURSOS INMOVILIZADO INMATERIAL

- Registro y patente del nombre comercial

La primera medida estratégica que tomé fue registrar y patentar el nombre comercial de nuestra empresa. Este paso, que tuvo un costo de 150 euros, es fundamental para proteger nuestra marca y garantizar que nuestro nombre sea único y reconocible en el mercado. La importancia de esta acción radica en la necesidad de evitar confusiones y problemas legales en el futuro, asegurando que podamos operar con tranquilidad y confianza bajo nuestro nombre comercial.

- Desarrollo de la Página Web

Para establecer una presencia en línea sólida y profesional, decidí contratar a un informático que se encargará de desarrollar nuestra página web. Esta plataforma digital será esencial para mostrar al público nuestros diferentes productos y las opciones de personalización disponibles, como colores, tipos de puertas y cerraduras. Además, la página web incluirá una introducción

detallada sobre nuestra empresa, nuestra ubicación exacta, y los medios de contacto, como teléfono y correo electrónico. El costo estimado para el desarrollo completo de la página web es de 700 euros.

Una página web bien diseñada no solo nos permitirá atraer a más clientes, sino que también ofrecerá una plataforma para interactuar con ellos de manera efectiva. Los clientes podrán ver nuestro catálogo de productos, conocer más sobre nuestra empresa y contactar con nosotros fácilmente para realizar consultas o pedidos.

#### Recursos Inmovilizado Material

- Nave Industrial

Después de un cuidadoso proceso de selección y localización, decidí establecer nuestra nave industrial en la calle Castilla número 6, nave 47. Esta nave tiene un precio de 48.000 euros y considero que es una inversión adecuada para satisfacer nuestras necesidades de espacio y funcionalidad. La ubicación de la nave es estratégica, ya que está bien conectada con las principales vías de transporte, lo que facilita la logística y el suministro de nuestros productos.

- Adecuación de la Nave

Para asegurarnos de que la nave esté en condiciones óptimas para nuestras operaciones, planeo realizar una serie de adecuaciones. Estas incluirán pintar la nave y reparar cualquier desperfecto que pueda haber. Estimo que el costo total de estas adecuaciones será de 2.400 euros. Es fundamental que nuestro espacio de trabajo sea no solo funcional, sino también agradable y seguro para nuestros empleados.

- Mobiliario

Un aspecto clave para el buen funcionamiento de nuestra nave será la organización del espacio. Por ello, necesitamos comprar estanterías y otros muebles necesarios para mantener nuestro stock de manera ordenada y accesible. El costo total del mobiliario será de 1.200 euros. Este gasto incluye estanterías resistentes, mesas de trabajo, y otros elementos que faciliten el manejo eficiente del inventario.

- Equipo Informático

Para asegurar que todas nuestras operaciones administrativas y logísticas se realicen de manera eficiente, es esencial contar con un equipo informático adecuado. Planeo adquirir teléfonos, ordenadores, e impresoras, con un costo total de 2.800 euros. Este equipo permitirá llevar a cabo tareas cruciales como la facturación, el seguimiento de inventarios y la comunicación con clientes y proveedores.

- Utillaje

El utillaje necesario para nuestras operaciones incluye herramientas y equipos específicos que utilizaremos en la producción y el mantenimiento de nuestros productos. El costo total para adquirir todo el utillaje necesario será de 6.500 euros. Este equipo es imprescindible para garantizar que podamos llevar a cabo nuestras actividades con la máxima calidad y eficiencia.

- Furgoneta



La movilidad y la capacidad de entregar nuestros productos de manera eficiente son aspectos cruciales para nuestro negocio. Por ello, planeo adquirir una furgoneta que utilizará el encargado de mantenimiento para realizar las rutas asignadas y las instalaciones. Esta furgoneta será utilizada para transportar el material necesario para las instalaciones. El costo de la furgoneta será de 14.000 euros. Este vehículo nos permitirá cumplir con nuestros compromisos de entrega y servicio al cliente de manera oportuna y eficiente.

#### **4.6. Plan de Organización**

Un plan de organización es un documento esencial que describe la estructura organizativa de nuestra empresa y gestiona su funcionamiento óptimo. En nuestra empresa, el personal será responsable de diversas tareas clave, incluyendo el mantenimiento e instalación de nuestros productos en tiendas y supermercados, la fabricación de taquillas y consignas de carros, la preparación de pedidos para clientes fuera de la Comunidad de Madrid, y la gestión del inventario. Es crucial que nuestros empleados sean independientes, responsables y bien capacitados para desempeñar estas funciones.

##### **Objetivos Básicos en Recursos Humanos**

- **Eficacia Social:** Reconozco que los trabajadores son uno de los activos más importantes de la empresa. Una vez que hayan recibido la formación adecuada, serán responsables de desempeñar su trabajo de manera independiente, y de ellos dependerá la imagen que nuestros clientes tengan de nosotros. Por eso, es fundamental que estén comprometidos y motivados desde el primer momento. Para lograrlo, nos esforzaremos por cumplir con sus expectativas y necesidades. Esto incluye ofrecer un ambiente de trabajo positivo, oportunidades de desarrollo profesional y condiciones laborales justas.
- **Eficacia Económica:** Mi objetivo es aportar fuerza laboral buscando el mínimo coste y el máximo rendimiento. Esto significa optimizar los recursos disponibles y asegurar que cada empleado contribuya al máximo a los objetivos de la empresa. Para ello, implementaremos sistemas de evaluación de desempeño y programas de incentivos que motiven a nuestros empleados a dar lo mejor de sí mismos.

##### **4.6.1. NATURALEZA JURIDICA**

En Pinalbal Proyectos y Servicios, soy consciente de que somos una empresa pequeña, lo que significa que no requeriremos realizar grandes desembolsos de capital inicial. Tras analizar nuestras necesidades y objetivos, decidí constituir la empresa bajo la forma jurídica de una Sociedad Limitada (S.L.). Esta elección se fundamenta en varias razones estratégicas y financieras.

La constitución de la empresa bajo esta forma jurídica tendrá un costo de 150 euros. La principal ventaja de optar por una Sociedad Limitada es que la responsabilidad de los socios ante las deudas está limitada al capital aportado. Esta protección es crucial, ya que me permite operar con la tranquilidad de que mis bienes personales no estarán en riesgo en caso de que la empresa enfrente dificultades financieras. Además, la Sociedad Limitada es una forma jurídica relativamente sencilla de gestionar, ya que se requiere menos rigor formal en su organización comparado con otras estructuras empresariales más complejas como las sociedades anónimas.

Esta estructura nos permitirá concentrarnos en el crecimiento y desarrollo de la empresa sin preocuparnos excesivamente por complicaciones legales.

#### **4.6.2. Recursos Humanos Necesarios**

Dado que nuestra empresa es pequeña y operará desde un centro o nave/almacén de dimensiones modestas, nuestro principal objetivo será la eficacia económica. Esto significa que buscaremos obtener el máximo rendimiento de nuestros trabajadores con el mínimo costo. Este objetivo será clave para determinar los puestos de trabajo necesarios. Un enfoque en la eficacia económica nos permitirá mantener bajos los costos operativos mientras maximizamos la productividad, lo cual es esencial para la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Para definir los puestos de trabajo en nuestra empresa, tomaremos en cuenta los siguientes aspectos:

- El horario de los trabajadores.
- Los servicios que prestaremos en función de la demanda prevista.

A continuación, presento los trabajos y funciones específicos de cada puesto:

##### **1. Gerente**

Yo mismo asumiré el rol de gerente, además de ser parte del equipo promotor.

- Funciones:
- Buscar y captar nuevos clientes, realizando tareas del equipo comercial.
- Encargarme de la facturación, gestión de pedidos de materiales, y apertura de puestos de trabajo para la instalación de nuestros productos en las tiendas nuevas de los clientes.
- Dirigir y coordinar al resto de los trabajadores de la empresa.
- El gerente desempeñará un papel crucial en la planificación estratégica, asegurando que la empresa se mantenga en el rumbo correcto hacia sus objetivos a largo plazo.

##### **2. Encargado de la nave**

Contrataré a un trabajador que se encargará de la nave

- Funciones:
- Montaje de taquillas y consignas de carros.
- Preparación de pedidos para enviar fuera de la Comunidad de Madrid.
- Preparación de materiales necesarios para las instalaciones.
- Gestión del inventario.
- Comunicación de la necesidad de hacer pedidos de materiales.

Horario: De 9:00 a 14:00, de lunes a viernes, sumando un total de 25 horas semanales.

Este rol es fundamental para mantener la eficiencia operativa de la nave, garantizando que todo el material esté disponible y listo para su uso cuando sea necesario.

### 3. Técnico de Mantenimiento de Productos en Tiendas

Este técnico tendrá rutas asignadas que deberá seguir mensualmente para realizar el mantenimiento de nuestros productos.

- Funciones:
- Informar sobre los materiales y productos que toma del almacén para que el encargado de la nave los dé de baja en el inventario.
- Seguir las rutas diarias realizando el mantenimiento en cada tienda.
- Realizar instalaciones cuando sean solicitadas.
- Atender los avisos de tiendas para reparaciones.

Horario: De 9:00 a 14:00 y de 15:00 a 18:00, de lunes a viernes, sumando un total de 40 horas semanales.

Este puesto es crucial para asegurar que nuestros productos funcionen correctamente y que cualquier problema se resuelva rápidamente, manteniendo así la satisfacción del cliente.

### 4. Segundo Técnico de Mantenimiento

Este segundo técnico también tendrá rutas asignadas para el mantenimiento de nuestros productos, aunque en menor cantidad.

- Funciones:
- En días con menos rutas, ayudará en el montaje en la nave o apoyará en las instalaciones.
- Informar sobre los materiales y productos que toma del almacén.
- Seguir las rutas marcadas.
- Realizar instalaciones.
- Montar taquillas y consignas de carros.

Horario: De 9:00 a 15:00, de lunes a viernes, sumando un total de 30 horas semanales.

Este técnico tendrá una doble función, actuando tanto en el campo como en la nave, lo que le permitirá brindar apoyo adicional donde sea necesario, asegurando así la flexibilidad y eficiencia operativa

#### **4.6.3. ORGANIGRAMA**

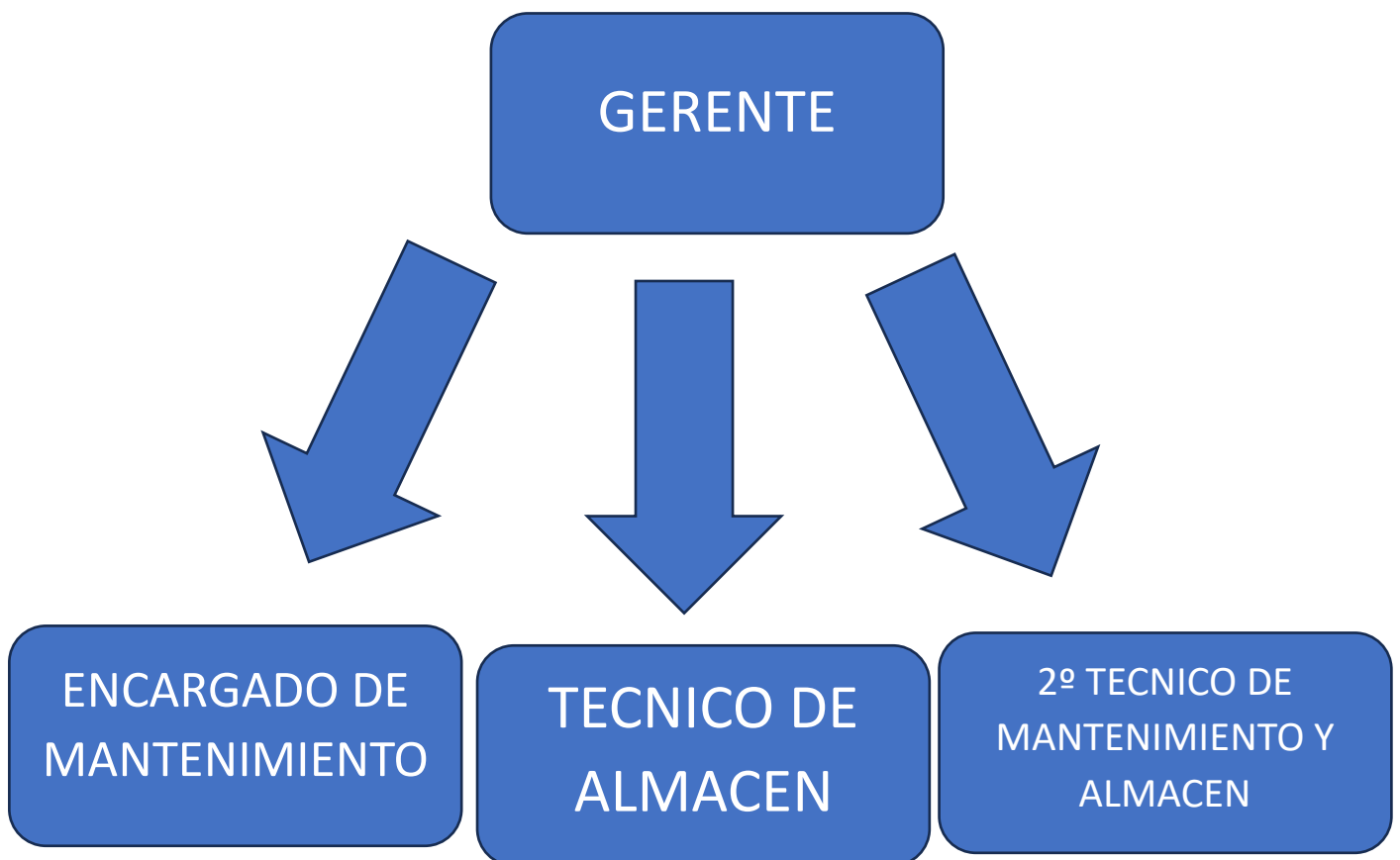
Para que nuestra empresa funcione de manera eficiente y efectiva, es fundamental contar con un organigrama bien definido. Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa, y en él se incluyen las estructuras departamentales y la jerarquía de los diferentes roles y responsabilidades. Este organigrama no solo nos ayuda a organizar nuestro trabajo, sino que también asegura que todos los miembros del equipo comprendan sus funciones y cómo encajan en el conjunto general de la organización.

Uno de los principios fundamentales de Pinalbal Proyectos y Servicios es la adaptación de nuestros productos y servicios a las necesidades y deseos de nuestros clientes. Este enfoque centrado en el cliente es crucial para nuestro éxito. Cada cliente tiene requisitos y expectativas

únicos, y nuestra capacidad para personalizar y adaptar nuestras ofertas a estos requisitos será lo que nos diferencie de la competencia. Nos aseguraremos de estar siempre en sintonía con las demandas del mercado y de nuestros clientes, ofreciendo soluciones que realmente satisfagan sus necesidades.

Sin embargo, la clave para lograr una adaptación exitosa de nuestros productos y servicios radica en la implicación y compromiso de nuestros trabajadores. Es fundamental que cada miembro del equipo esté plenamente comprometido con nuestra visión y misión. La implicación de los empleados no solo mejora la calidad del trabajo que realizamos, sino que también proyecta una imagen positiva de la empresa hacia el exterior. Cuando nuestros trabajadores están motivados y comprometidos, esto se refleja en el servicio que ofrecemos a nuestros clientes, mejorando su experiencia y aumentando la probabilidad de fidelización.

La fidelización de clientes es un objetivo primordial para nosotros. Sabemos que un cliente satisfecho no solo volverá a utilizar nuestros servicios, sino que también recomendará nuestra empresa a otros, generando un ciclo de referencias positivas que beneficiará enormemente a nuestro crecimiento y reputación en el mercado. Por ello, la implicación de nuestros trabajadores no solo se traducirá en un mejor rendimiento operativo, sino que también será una estrategia clave para construir relaciones duraderas con nuestros clientes.



#### 4.6.4. POLITICA ESTRATEGICA DE RECURSOS HUMANOS

Lo más importante en una empresa es que todos sus empleados comprendan la filosofía, defiendan y luchen por unos valores y objetivos comunes. Este principio es esencial para la cohesión y el éxito a largo plazo de cualquier organización. En mi empresa, esta responsabilidad recae en gran medida sobre el equipo promotor, que se encargará de transmitir estos valores y objetivos de manera clara y consistente a todos los miembros del equipo.

Para lograr un ambiente laboral armonioso, se evitarán las confrontaciones. Aunque cada trabajador debe desempeñar su trabajo de manera independiente, también es crucial fomentar el trabajo en equipo. La motivación de los empleados se verá respaldada por las responsabilidades que tendrán que asumir en sus respectivos puestos. La capacidad de trabajar de forma autónoma, combinada con una fuerte cultura de colaboración, permitirá que nuestra empresa funcione de manera eficiente y efectiva.

Además, considero que es fundamental tener en cuenta las ideas de los trabajadores para mejorar su motivación y su identificación con la empresa. Escuchar sus sugerencias y preocupaciones no solo mejora su bienestar, sino que también puede proporcionar valiosos insights para el crecimiento y la mejora continua de la empresa. Intentaremos que todos los empleados se sientan importantes y se vean como el motor de la empresa, capaces de realizar su trabajo de manera efectiva con el fin de fidelizar clientes y contribuir al éxito global de la organización.

#### Plan de Formación

El plan de formación es un componente crucial para asegurar que nuestros empleados estén bien preparados para sus roles. Cuando contratemos a nuevos trabajadores, proporcionaremos una formación exhaustiva que estará adaptada a las tareas específicas de cada puesto. Este enfoque asegurará que cada empleado comprenda claramente sus responsabilidades y cómo llevarlas a cabo de manera efectiva.

Para los encargados del mantenimiento, organizaremos una formación práctica que incluirá visitas a las tiendas. Durante los primeros días, los acompañaré personalmente a cada tienda para mostrarles cómo resolver los problemas que puedan surgir con nuestros productos. Además, les enseñaré a redactar los informes de visita, los cuales son esenciales para el proceso de facturación del mantenimiento.

En cuanto al encargado de la nave, la formación se centrará en el montaje de nuestros productos y en la gestión del inventario. Es crucial que este empleado comprenda todos los aspectos del montaje de taquillas y consignas de carros, así como la importancia de mantener un inventario preciso y actualizado.

A todos los empleados les enseñaremos también cómo instalar nuestros productos en las tiendas y cómo redactar el informe de instalación correspondiente. Esta formación integral garantizará que todos los miembros del equipo estén capacitados para manejar cualquier tarea relacionada con la instalación, el montaje y el mantenimiento de nuestros productos.

En un futuro, si logramos expandir nuestro negocio como deseamos, introduciremos nuevos productos en nuestro catálogo. Esto requerirá una formación adicional para nuestros empleados, asegurándonos de que estén completamente familiarizados con el montaje, la instalación y el mantenimiento de estos nuevos productos. Nuestro objetivo es mantenernos a

la vanguardia del mercado y proporcionar un servicio excepcional a nuestros clientes, lo cual solo es posible con un equipo bien formado y altamente motivado.

Costes de recursos humanos

A continuación, determinaré los sueldos de cada trabajador dependiendo del horario y su puesto de trabajo. Para ello, tendré en cuenta el convenio colectivo para el comercio del metal.

Según el convenio, decido que el sueldo y horario de los trabajadores sean los siguientes:

5. Gerencia y equipo comercial: Me haré cargo yo, el emprendedor de la empresa, trabajando 40 horas semanales.
6. Encargado de nave/almacén: Será llevado por una persona con un contrato parcial de 25 horas semanales.
7. Técnico de mantenimiento: Será llevado por una persona con un contrato indefinido de 40 horas semanales.
8. Segundo técnico de mantenimiento: Será llevado por una persona con un contrato de 30 horas semanales
- 9.

Área	Empleados	S. Base	S.S.	Horas	Total
Gerente	1	2.500,00	290,00	40	2.790,00
Encargado de la nave	1	686,00	171,50	25	857,50
Técnico de mantenimiento	1	1.300,00	325,00	40	1.625,00
Técnico de mantenimiento	1	823,20	205,80	30	1.029,30

#### 4.7. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

En este apartado, analizaré las inversiones necesarias para realizar mi proyecto y las necesidades de financiación derivadas de estas inversiones. Examinaré los ingresos y costes que se producirán en un período de 3 años y, a partir de esto, evaluaré la viabilidad del proyecto.

##### 4.7.1. Plan de inversión.

A continuación, expondré las inversiones de mi proyecto.

#### 4.7.2. Activo no corriente.

Los activos no corrientes son aquellos que permanecerán en la empresa por más de un año. Suelen tener un carácter fijo y duradero y no se adquieren con la idea de venderlos pasado poco tiempo.

#### INMOVILIZADO INTANGIBLE

Inmovilizado intangible	Importe	Años/amortizar	Cuota amortización anual
Registro y patente del nombre comercial	150 euros	5	30 euros
Página web	700 euros	5	140 euros

Puedo encontrar detallados los apartados que componen la tabla en el apartado de recursos necesarios, que se encuentra dentro del punto Plan de operaciones.

#### 4.7.3. Inmovilizado material.

En este apartado, voy a encontrar los elementos patrimoniales tangibles. Los utilizaré en la actividad de mi empresa durante más de un ejercicio.

Inmovilizado material	Importe (€)	Años/amortizar	Cuota amort. Anual
Nave industrial	48.000,00	50	960,00
Adecuación de la nave	2.400,00	50	48,00
Utillaje	6.500,00	10	650,00
Mobiliario	1.200,00	10	120,00
Equipo informático	2.800,00	4	700,00
Furgoneta	14.000,00	10	140,00
Moldes cerradura	20.000,00	10	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>94.900,00</b>		<b>2.818,00</b>

Todos los apartados que podemos observar en la tabla están detallados en el apartado de recursos necesarios que se encuentra dentro del punto Plan de operaciones. En esta tabla también podemos ver las amortizaciones correspondientes.

#### 4.7.4. ACTIVO CORRIENTE

El activo corriente está compuesto por los bienes y derechos que están en constante movimiento, es decir, se encuentran dentro del patrimonio de la empresa menos de un año. Trataremos de detallar las existencias que se dispondrán a la venta en nuestra empresa.

Existencias	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Total</b>	46.800,00	62.400,00	78.000,00

En el primer año podemos ver que hay un total de 46.800,00 euros en existencias, de los cuales, únicamente 6.800,00 euros serán las existencias que compremos al principio (serán parte de la inversión inicial), y el resto lo iremos comprando según vayamos vendiendo estos primeros 6.800,00 euros de materiales.

#### 4.7.5. PLAN DE FINANCIACION

Tendremos que recurrir a financiación externa para poder realizar las inversiones comentadas anteriormente.

<b>Inmovilizado intangible</b>	850,00 euros
<b>Inmovilizado material</b>	94.900,00 euros
<b>Existencias</b>	46.800,00 euros
<b>Fondo de maniobra</b>	3.000,00 euros
<b>Gastos primer establecimiento</b>	1.350,00 euros
<b>Inversión total</b>	144.200,00 euros
<b>Recursos propios</b>	84.200,00 euros
<b>Financiación ajena</b>	60.000,00 euros
<b>% Autofinanciación</b>	58,39%

Como podemos ver en la tabla, para hacer frente a estas inversiones, los recursos financieros que utilizaremos serán:

- a) Una aportación del socio de 84.200,00 euros.



- b) Financiación externa de 60.000,00 euros. Procederán de un crédito ICO con unas condiciones del 3% a tipo fijo anual durante 7 años. Por lo que anualmente pagaremos por este préstamo 9.513,58 que está compuesto de los intereses del primer año de 1.693,05 y amortización de capital de 7.820,53. El segundo año pagaremos la misma cuota de préstamo ya que es a tipo fijo que está compuesta de 1.455,18 de intereses y 8.058,40 de capital. El tercer año estará compuesta de unos intereses de 1.210,08 y una amortización de capital de 8.303,50.

#### 4.7.6. ANALISIS DE COSTES

##### COSTES VARIABLES

Estos costes dependen de la producción o servicios prestados.

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Suministros</b>	1.909,00	1.928,00	1.947,00
<b>Total</b>	1.909,00	1.928,00	1.947,00

Estos costes de suministros proceden de los gastos de la luz, el agua, el wifi, el teléfono, la alarma y la comunidad de la nave. Se prevé un incremento del 1% anual.

##### Costes fijos

Estos costes son aquellos que no dependen de la producción o servicios prestados, suelen ser costes indirectos.

Costes fijos	Año 1	Año 2	Año 3
<i>Gastos de personal</i>	75.621,60 euros	77.134,03 euros	78.676,71 euros
<i>Mantenimiento</i>	1.080,00 euros	1.000,00 euros	900,00 euros
<i>Marketing</i>	1.200,00 euros	200,00 euros	200,00 euros
<i>Seguros</i>	2.800,00 euros	2.828,00 euros	2.856,28 euros
<i>Gastos primer establecimiento</i>	1.350,00 euros		
<i>Amortización</i>	2.988,00 euros	2.988,00 euros	2.988,00 euros
<b>Total</b>	85.039,60 euros	84.150,03 euros	85.620,99 euros

- Los gastos de personal se aumentarán un 2% al año.
- Los seguros (Compuestos del seguro de responsabilidad civil, el seguro de la furgoneta, el de accidentes, la prevención de riesgos y los seguros de la nave) incrementarán un 1% anual.

#### 4.7.7. Ingresos.

<b>Tipo ingresos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<i>Mantenimiento</i>	104.140,00	134.640,00	165.240,00
<i>Venta de material e instalaciones</i>	54.684,00	72.912,00	91.140,00
<i>Reparaciones</i>	2.800,00	3.350,00	3.550,00
<i>Total</i>	161.624,00	210.902,00	259.930,00

A continuación, explicaremos las cifras de los ingresos de los tres años que podemos ver en la tabla:

El precio por el mantenimiento de una tienda lo cobraremos a 51 euros y la instalación la cobraremos a 150 euros más el precio de los productos que instalemos.

El primer año, según el acuerdo que se ha llegado con nuestro cliente (Ahorramás), nos encargaremos del mantenimiento de 170 de sus tiendas y realizaremos 30 instalaciones, el segundo año nos encargaremos del mantenimiento de 220 tiendas y realizaremos 40 instalaciones y el tercer año nos encargaremos del mantenimiento de 270 tiendas y realizaremos 50 instalaciones.

Por tanto, contando con que el mantenimiento de cada tienda lo cobraremos a 51 euros, el primer año obtendremos en ingresos por mantenimiento 51 euros por 170 tiendas en un mes es igual a 8.670,00 euros al mes. Estos 8.670,00 euros por 12 meses es igual a 104.140,00 euros.

Por instalación cobraremos 150 euros más el precio de los productos que instalemos, podemos hacer una estimación sobre lo que ingresaremos por instalaciones, pero como digo será una estimación ya que no sabemos exactamente qué productos tendremos que instalar en cada tienda. Por tanto, por instalación ingresaremos unos

En reparaciones estimamos que ingresaremos unos

De estos cálculos salen las cifras del primer año del cuadro de este apartado, el año 2 y año 3 seguirán el mismo proceso para calcular los ingresos, pero con 220 y 270 tiendas respectivamente para mantenimiento y con 40 y 50 instalaciones respectivamente.

#### 4.7.8. Cuenta de pérdidas y ganancias.

Pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3
Mantenimiento	<b>104.140,00</b>	<b>134.640,00</b>	<b>165.240,00</b>
Venta de material e instalaciones	<b>54.684,00</b>	<b>72.912,00</b>	<b>91.140,00</b>
Reparaciones	<b>2.800,00</b>	<b>3.350,00</b>	<b>3.550,00</b>
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>161.624,00</b>	<b>210.902,00</b>	<b>259.930,00</b>
Aprovisionamientos	<b>46.800,00</b>	<b>62.400,00</b>	<b>78.000,00</b>
Suministros	<b>1.909,00</b>	<b>1.928,00</b>	<b>1.947,00</b>
<b>Costes variables</b>	<b>48.709,00</b>	<b>64.328,00</b>	<b>79.947,00</b>
<b>Margen bruto</b>	<b>112.915,00</b>	<b>146.574,00</b>	<b>179.983,00</b>
Gastos de personal	<b>75.621,60</b>	<b>77.134,03</b>	<b>78.676,71</b>
Mantenimiento	<b>1.080,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>900,00</b>
Marketing	<b>1.200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>
Seguros	<b>2.800,00</b>	<b>2.828,00</b>	<b>2.856,28</b>
Gastos de primer establecimiento	<b>1.350,00</b>		
<b>Costes fijos</b>	<b>82.051,60</b>	<b>81.162,03</b>	<b>82.632,99</b>
Amortización	<b>2.988,00</b>	<b>2.988,00</b>	<b>2.988,00</b>
<b>Costes fijos + amortización</b>	<b>85.039,60</b>	<b>84.150,03</b>	<b>85.620,99</b>
<b>Gastos de explotación</b>	<b>133.748,60</b>	<b>148.478,03</b>	<b>165.567,99</b>
<b>BAII</b>	<b>27.875,40</b>	<b>62.423,97</b>	<b>94.362,01</b>

Gastos financieros	1.693,05	1.455,18	1.210,08
<b>BAI</b>	<b>26.182,35</b>	<b>60.968,79</b>	<b>93.151,93</b>
Impuesto de sociedades	15%	15%	25%
<b>BDI</b>	<b>22.255,00</b>	<b>51.823,46</b>	<b>69.863,95</b>

#### 4.7.9. Plan de tesorería.

	Año 1	Año 2	Año 3
Saldo inicial	3.000,00	73.649,82	128.548,21
<b>Cobros</b>			
Préstamo ICO	60.000,00		
Venta clientes	161.624,00	210.802,00	259.930,00
Préstamo Socio	84.200,00		
<b>Total cobros</b>	<b>305.824,00</b>	<b>210.802,00</b>	<b>259.930,00</b>
<b>Pagos</b>			
Salarios	75.621,60	77.134,03	78.676,71
Suministros	1.909,00	1.928,00	1.947,00
Préstamo ICO	9.513,58	9.513,58	9.513,58
Mantenimiento	1.080,00	1.000,00	900,00
Marketing	1.200,00	200,00	200,00
Seguros	2.800,00	2.828,00	2.856,28
Gastos de primer establecimiento	1.350,00		
Nave industrial	48.000,00		
Adecuación de la nave	2.400,00		
Utileaje	6.500,00		
Mobiliario	1.200,00		
Equipo informático	2.800,00		
Furgoneta	14.000,00		
Moldes cerraduras	20.000,00		

Proveedores	46.800,00	75.478,90	114.000,00
<b>Total pagos</b>	<b>235.174,18</b>	<b>168.082,51</b>	<b>208.093,57</b>
<b>Cobros - pagos</b>	<b>70.649,82</b>	<b>42.719,49</b>	<b>51.836,43</b>
<b>Saldo tesorería</b>	<b>73.649,82</b>	<b>116.369,31</b>	<b>168.205,74</b>

#### 4.7.10 Balance de situación.

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Activo no corriente</b>			
<b>Inmovilizado intangible</b>			
Patente	150,00	150,00	150,00
Aplicaciones informáticas	700,00	700,00	700,00
<b>Inmovilizado material</b>			
Adecuación de la nave	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Uillaje	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Mobiliario	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Equipos informáticos	2.800,00	2.800,00	2.800,00
Furgoneta	14.000,00	14.000,00	14.000,00
Nave	48.000,00	48.000,00	48.000,00
Molde cerradura	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Amortizaciones	-2.818,00	-2.818,00	-2.818,00
<b>Activo corriente</b>			
<b>Existencias</b>			
Mercancías	46.800,00	75.478,90	114.000,00
<b>Disponible</b>			
Dinero caja		2.300,01	638,66
<b>Total activo</b>	<b>138.342,87</b>	<b>168.310,91</b>	<b>210.388,66</b>

<b>Patrimonio neto</b>			
Capital	<b>3.000,00</b>		
Resultado del ejercicio	<b>73.649,82</b>	<b>116.369,31</b>	<b>168.205,74</b>
<b>Pasivo no corriente</b>			
Deudas a l/p	<b>60.000,00</b>	<b>50.486,42</b>	<b>40.972,84</b>
<b>Pasivo corriente</b>			
Pasivo financiero	<b>1.693,05</b>	<b>1.455,18</b>	<b>1.210,08</b>
Deudas corto plazo	<b>1.389,13</b>		
<b>Total pasivo</b>	<b>138.342,87</b>	<b>168.310,91</b>	<b>210.388,66</b>

## 5. CONCLUSIONES

Tras la realización de este plan de empresa, puedo afirmar con confianza que Pinalbal Proyectos y Servicios es una empresa rentable y está consolidada en su mercado. El plan de empresa ha sido diseñado meticulosamente para estudiar el inicio y el desarrollo de esta empresa, y podemos decir con satisfacción que desde el primer año, presenta muy buenos resultados económicos.

El análisis revela que existe una significativa oportunidad de negocio dentro del mercado de equipamiento comercial para supermercados y grandes superficies. Aunque también tenemos la capacidad de vender nuestros productos a cualquier establecimiento que los necesite, nuestra principal ventaja competitiva radica en contar con un cliente fijo desde el inicio: la cadena de supermercados Ahorramás. Este cliente clave nos proporcionará una base sólida de ingresos recurrentes, lo que es esencial para la estabilidad financiera de cualquier empresa nueva.

A pesar de la inevitable amenaza que representan otras grandes empresas que operan en el mismo sector, estoy convencido de que, al ser cuidadosos con nuestros clientes y mantener un enfoque centrado en la calidad y la satisfacción del cliente, Pinalbal Proyectos y Servicios podrá afianzarse firmemente en el mercado. Nuestra estrategia se centrará en cultivar relaciones a largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de alta calidad y respondiendo rápidamente a sus necesidades y feedback.

La combinación de un cliente fijo y un personal comprometido es una receta segura para el éxito. Con estos elementos, la empresa podrá mantener un nivel de ventas elevado desde el principio, y este nivel de ventas no solo se mantendrá, sino que irá mejorando con el tiempo. Esto nos permitirá ampliar la empresa de manera sostenible, incrementando nuestra capacidad productiva y nuestra oferta de productos y servicios.

Hemos llevado a cabo un análisis financiero exhaustivo que se adecúa a la realidad del inicio de una empresa en funcionamiento. Este análisis se basa en datos y proyecciones realistas, lo que nos da la seguridad de que estamos en el camino correcto. La experiencia y el conocimiento adquiridos durante más de diez años de funcionamiento nos proporcionan una base sólida para prever los retos y oportunidades que puedan surgir.

En conclusión, puedo deducir que Pinalbal Proyectos y Servicios tiene todas las condiciones para convertirse en una empresa rentable, fuerte y bien implantada en el mercado. Sin embargo, reconozco que el éxito a largo plazo dependerá de nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades cambiantes de nuestros clientes. Es crucial que mantengamos una relación cercana con nuestro cliente principal y, a medida que expandamos nuestra base de clientes, que ofrezcamos un servicio igual de atento y personalizado a todos.

Además, existe un potencial significativo para introducir nuevos productos y servicios en nuestro catálogo, lo que nos permitirá atraer a un mayor número de clientes y satisfacer una gama más amplia de necesidades del mercado. La innovación constante y la adaptación a las tendencias del mercado serán claves para nuestro crecimiento continuo y para mantener nuestra posición competitiva.

En resumen, con una planificación cuidadosa, un enfoque en la satisfacción del cliente y una gestión financiera prudente, Pinalbal Proyectos y Servicios está bien posicionada para prosperar y expandirse en el competitivo mercado del equipamiento comercial. Estoy emocionado por el futuro y por las oportunidades que nos esperan.

## **6. BIBLIOGRAFIA**

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>

<https://www.emprendiendohistorias.com/plan-de-negocios/>

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>

<https://datosmacro.expansion.com/paro/espana#:~:text=Espa%C3%B1a%3A%20Paro.%20%202019.%202018.%20Tasa%20de,desempleo.%2013%2C7%25.%2014%2C4%25.%20Desempleo%20hombres.%2012%2C2%25.%2012%2C7%25.>

<https://atalayar.com/content/%C2%BFcu%C3%A1ntas-tiendas-tiene-lidl-en-espa%C3%B1a#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%2C%20destaca%20la%20cadena%20de%20supermercados%20Lidl,el%20costo%20de%20los%20alimentos%20sea%20bostante%20predecible.>

<https://taquillabarata.es/>

<http://www.keya.es/>

<https://www.setrocm.com/producto/consignas-para-supermercados>

<https://www.marsanz.es/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Hipercor>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Alcampo>

[https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20171017/254975368\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20171017/254975368_0.html)

<https://dafo.ipyme.org/Dafos>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Mejorada del Campo#:~:text=%20Mejorada%20del%20Campo%20%20201%20%E2%80%A2%20Com.,639%20hab.%20%282020%29%206%20%E2%80%A2%20Densidad%20More%20](https://es.wikipedia.org/wiki/Mejorada_del_Campo#:~:text=%20Mejorada%20del%20Campo%20%20201%20%E2%80%A2%20Com.,639%20hab.%20%282020%29%206%20%E2%80%A2%20Densidad%20More%20)

<https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>

<https://profinomics.com/factores-politicos-que-afectan-a-las-empresas/>

<https://pymespedia.com/factores-legales-que-afectan-a-una-empresa-cuales-son-los-mas-habituales/>

<https://www.esic.edu/rethink/management/factores-economicos-de-una-empresa>

<https://euskoser.es/factores-socioculturales-que-afectan-a-una-empresa/>

<https://www.economiafinanzas.com/analisis-interno-de-una-empresa/>

<https://blog.hubspot.es/sales/como-hacer-analisis-dafo>

<https://asana.com/es/resources/marketing-plan>

<https://blog.hubspot.es/marketing/plantillas-esenciales-presupuestos-de-marketing>



<https://www.holded.com/es/blog/plan-de-operaciones>

<https://blog.kenjo.io/es/organigrama-de-una-empresa-que-es-y-como-crearlo>

<https://lucadademia.es/estrategia-de-rrhh/politicas-rrhh/>

<https://www.appvizer.es/revista/contabilidad-finanzas/contabilidad/plan-de-financiamiento>

<https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio>

<https://www.sage.com/es-es/blog/como-hacer-un-plan-de-tesoreria/>