

BUILDING



# Plan de Empresa Preliminar

BUILDING

## ÍNDICE

### 1. PLAN DE MARKETING

- 1.1 Delimitación Previa de Negocio
- 1.2 Mercado
- 1.3 Demanda
- 1.4 Cliente
- 1.5 Competencia
- 1.6 Política de producto
- 1.7 Política de precios
- 1.8 Política de distribución
- 1.9 Política de comunicación y promoción
- 1.10 Presupuesto de las acciones de Marketing

### 2. PLAN DE OPERACIONES PRODUCCIÓN

- 2.1 Productos o servicios
- 2.2 Procesos

### 3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

- 3.1 Organigrama Funcional
- 3.2 Plan de externalización de funciones

### 4. PLAN DE INVERSIONES

- 4.1 Localización
- 4.2 Inmovilizado Intangible
- 4.3 Inmovilizado Material
- 4.4 Otros Inmovilizados
- 4.4 Presupuesto.Resumen

### 5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 5.1 Plan Económico: Cuenta de Explotación previsional
- 5.2 Plan Financiero

## 6. FORMA JURIDICA

- 6.1 Forma Jurídica
- 6.2 Puesta en marcha

# 1. PLAN DE MARKETING

## 1.1 Delimitación Previa de Negocio

BUILDING es una empresa que se encargará de realizar planos nuevos de plantas y cubiertas de vivienda unifamiliar y urbanizaciones. También trabajamos el diseño de interiores, reformas de todo tipo y presentaciones en 3D.

Nuestro producto está destinado sobre todo a ayudar a arquitectos o estudios de arquitectos que busquen asistencia fuera de su empresa, mediante la externalización de este servicio. Ya sea para ahorrar tiempo en sus proyectos, para dedicar ese tiempo a cosas más importantes o a otras fases del proyecto que necesiten de su ingenio y necesitan ser ellos quienes las hagan, para aligerar el tiempo de la entrega al cliente.

Pero también está dirigido a particulares, que necesitan que un profesional plasme sus ideas en papel, o que les aconseje sobre algo. Ya que le sale más barato que ir a un arquitecto.

Además haremos los planos en una plataforma web para que el cliente pueda ver cómo va evolucionando y pueda exponer sus ideas sin tener que ir a la oficina.

**Propuesta de valor:** mi servicio será de mejor calidad y más barato que los demás, lo realizamos en menos tiempo que el resto y no perdemos calidad. Sin olvidar lo más importante una adaptación total a las necesidades y gustos del cliente, él es uno más dentro de la empresa, la mente creativa del proyecto tanto como lo desee.

Además la tendencia a la externalización de servicios me favorece, eso hace atractivo mi producto, ya que abarata costes, y se incrementa su demanda.

**Objetivo:** Que mi producto llegue a todas las partes del mundo, ya que daremos los mismos servicios de forma Online. La internacionalización de las empresas no sólo debe ser algo deseable sino que en un mundo global en el que vivimos debe ser algo necesario. Para ello realizaremos además en un par de años una vez afianzados en el mercado local y nacional una campaña agresiva de expansión hacia el exterior con la colocación de pequeñas oficinas de enlace en varios países en principio europeos. Pero en este primer año se busca únicamente la puesta en marcha de la empresa con un afianzamiento en el sector y con unos ligeros beneficios, que se supeditarán al buen nombre y expansión comercial de la empresa.

## 1.2 Mercado

### **Entorno general (Macroentorno):**

#### 1.-Factores político-legales:

En España existe estabilidad política y social ya que tenemos una democracia estable aún cuando sea desconocida la fuerza política que nos regirá en los próximos cuatro años. Prueba de ello es que con un gobierno en funciones durante meses la economía no se ha resentido en absoluto.

A las empresas de mi sector no les afectan demasiado los cambios en materia laboral. Y no son frecuentes las huelgas en este sector.

La peor de las condiciones es la dificultad burocrática y económica que supone en este país montar una empresa, si bien, parece que la corriente política se orienta en todos los casos a eliminar trabas como ha ido ocurriendo en los últimos años.

Además hay ciertas ayudas/subvenciones para crear una empresa:

-El pago único de la prestación por desempleo, también llamado capitalización, es una medida para fomentar y facilitar iniciativas de empleo autónomo, a través del abono del valor actual del importe de la prestación por desempleo de nivel contributivo a los beneficiarios de prestaciones que pretenden desarrollar una actividad empresarial.

-Subvenciones para el fomento del empleo autónomo, para personas desempleadas inscritas como demandantes de empleo en su correspondiente oficina que vayan a pasar a desarrollar una actividad por cuenta propia.

- Ayudas locales para nuevos empresarios. (Por ejemplo el Ayuntamiento de Zamora acaba de introducir una subvención de 3000€ para nuevos empresarios que se establezcan en la zona)

-Subvenciones para el fomento del empleo y la mejora de la competitividad en las cooperativas y las sociedades laborales.

-Proyectos empresariales para fomentar la creación de empleo a escala local, aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece este ámbito para la actividad productiva, incrementando la creación de puestos de trabajo y fomentando la innovación en beneficio del empleo.

- Bonificaciones en la cotización para nuevos emprendedores.

#### 2.- Factores económicos y sociales:

En España en estos momentos estamos atravesando una crisis económica, dicen que en su recta final. Si bien la situación en el mercado laboral sigue siendo pésima ya que hay un gran porcentaje de desempleo, no quedando claro si esto es algo que favorece o perjudica a las empresas.

El tipo de interés de los bancos es bajo, aunque no conceden muchos préstamos porque piden que se cumplan demasiadas condiciones.

La tasa de inflación es baja.

La renta disponible de las familias es muy pequeña, ya que en época de crisis económica se cobra lo justo para vivir y no todo el mundo se puede permitir lujos o caprichos, si bien la inversión en la vivienda no debe considerarse un lujo, y menos en un país donde se tiende a la vivienda en propiedad sobre el alquiler aun cuando este ha sido fomentado públicamente. El INE acaba de informar que el número de hipotecas firmadas ha incrementado en el 24% y que el importe de las mismas también ha aumentado.

El entorno mundial actual también está caracterizado por la misma crisis económica en retroceso.

Esto es beneficioso para mi empresa, pues al minimizar costes partiré con una ventaja notable con respecto a la competencia y para cuando la crisis se solucione ya tendré un hueco en el sector.

### 3.- Factores tecnológicos:

El nivel de desarrollo tecnológico de España ha aumentado respecto a años atrás, se podría decir que está a un buen nivel pero no tan bueno como EEUU o Alemania. Y se está invirtiendo mucho capital en I+D+i. Nosotros primaremos este aspecto, ya que ello nos permite ser punteros y más deseables que la competencia. La formación de la promotora es de vanguardia, y su reciclaje será constante.

### **Entorno específico del sector. (Microentorno)**

Ahora me voy a centrar en el sector en el que voy a montar mi empresa

La zona de actuación como se ha señalado será internacional a largo plazo, pero en el corto plazo (1 o 2 años) nos conformaremos con la comercialización en el territorio nacional (a través de Internet) y sobre todo en el mercado local de nuestra localización, Zamora y Castilla y León.

Análisis del D.A.F.O del entorno y la empresa:

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Más barato. Mejor calidad. Atención exclusiva. Cuidado de la tecnología	Falta de experiencia.
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Demanda y clientes desatendidos.	Competencia.

Plan de actuación:

-Corregir nuestras debilidades: la escasa experiencia de la promotora será suplida por la de algunos de los trabajadores que serán seleccionados con un amplio margen de experiencia.

-Afrontar la amenaza del entorno: dando mejores productos que los demás, de mejor calidad y a un precio justo.

-Mantener las fortalezas: dando un buen trato a nuestros clientes y a los que pueden llegar a serlo, y sin bajar la calidad y sin excedernos en el precio. Y cuidando las innovaciones tecnológicas.

-Explotar las oportunidades: ayudar y aconsejar en los problemas que tengas los clientes desatendidos.

Además estaremos atentos a la evolución de la competencia en nuestro sector y ámbito territorial, realizaremos estudios de mercado periódicos, encuestas de satisfacción a los clientes.

### 1.3 Demanda

En la ciudad en la que vamos a localizar la empresa, Zamora, ya existen varias empresas que se reparten la clientela, es decir, se reparten más o menos equitativamente la cuota de

mercado.

Para determinar las ventas totales del sector acudimos al INE. Y según el Instituto Nacional de Estadística en el 2011 (última estadística disponible) el volumen de mercado nacional es de 27.854.594,30 €.

Building aspira al 2% de la cuota de mercado local en el primer año.

Según el estudio de mercado que hemos realizado nuestra previsión de ventas media será la siguiente:

- La media de proyectos mensuales es de 9 para particulares, 6 para empresas nuevas o esporádicas y 1,5 para una empresa con la que hemos llegado a un acuerdo de que trabajará con nosotros de forma constante

- Para los proyectos particulares se necesita una media de 10 horas porque por lo general no suelen ser proyectos muy grandes y se les cobrará a 50 euros/hora, lo que nos da un total de 54.000 euros al año.

- Para proyectos de empresas se necesita una media de 20 horas porque normalmente son obras bastante grandes, y el precio/hora será de 40 euros. Teniendo una media de 6 proyectos mensuales da un total de 57.600 euros al año.

- Y con la empresa a la que hemos llegado al acuerdo nos encargará 6 proyectos al cuatrimestre para ir empezando; se necesitan una media de 20 horas y su precio, en atención al acuerdo al que hemos llegado, será de 30 euros/hora. Por lo que nos da un total de 10.800 euros al año.

- Al año mi empresa tendría unos ingresos de 122.400 euros.

\* Todos estos precios se han calculado en atención a los costes horarios y al precio/hora de la competencia, si bien la carga horaria de cada servicio variará en función de la complejidad del mismo, pero aquí se ha hecho una estimación media. Realizando promociones a los mejores clientes.

Respecto al tipo de mercado al que me dirijo es competencia monopolística ya que pareciendo una competencia perfecta cada empresa realiza un posicionamiento centrado en la diferenciación, Building busca distinguir su producto de los demás por la calidad, precio y marca.



## 1.4 Cliente

En realidad mi empresa tiene un segmento de mercado muy grande, o siendo más claro dos segmentos:

1ª) Para clientes particulares: jóvenes de 28 a 50 con renta media-alta que quieran hacer o reformar una casa/piso/apartamento o chalet. Y también para quienes quieran asesoramiento con los papeles o diseño de interiores.

2ª) Para empresas relacionadas con el mundo de la construcción (arquitectos, aparejadores) que quieran minimizar costes externalizando servicios.

No somos más específicos en la segmentación, porque como también trabajaremos online no importa la geografía. Tampoco nos importa la profesión de la clientela ni los factores demográficos. La renta aunque es importante no la tenemos en cuenta ya que como hemos dicho anteriormente el precio será ajustado y adecuando cada proyecto a las posibilidades concretas de las personas.

Seguiremos una estrategia diferenciada, ya que utilizaremos una estrategia diferente para cada uno de los segmentos. (De hecho, como indicábamos en la propuesta de valor personalizaremos al máximo la atención al cliente, por lo que podemos decir que nuestra estrategia es casi personalizada)

## 1.5 Competencia

Francisco Somoza y Jambrina serían la competencia de mayor tamaño en la región. Les hace especialmente buenos que llevan ya tiempo en el mercado y son conocidos, tiene clientes fijos, buena calidad en el producto, y además un buen nombre en el sector.

El ámbito de la competencia por internet no lo analizo por ser residual.

Pero como ya manifesté en el análisis DAFO y CAME voy a posicionarme como una buena alternativa en atención a ciertas ventajas: mejor precio, últimos avances tecnológicos, más rapidez por no tener sobrecarga de proyectos, mejor calidad y un trato más cercano y personalizado.

El inconveniente de ser de nueva creación y no ser conocida será solventado mediante la promoción a cargo de la empresa y con el "boca a boca" de los propios clientes.

## 1.6 Política de producto

El trato con el cliente será de forma directa, personal y exclusiva, sin intermediarios y sin “cortapegas” en los proyectos (esto no quiere decir que no puedan realizarse contactos por medios telemáticos, esto no restará el contacto directo y personal)

Como una de las propuestas de valor nuestro producto se subirá a una plataforma donde el cliente podrá ir viendo el avance día a día y además puede escribirnos desde ahí sus ideas/sugerencias sin necesidad de tener que desplazarse hasta la oficina o llamarnos, esto aparte de ser una innovación es una gran mejora y seña de calidad de nuestro producto.

Estrategias sobre productos.

A) Diferenciación: mi producto se va a diferenciar de la competencia ofreciendo mucha mayor calidad y a un precio mejor para el cliente, con las innovaciones anteriormente señaladas y dando la importancia justa a los nuevos avances tecnológicos, constantes en el mundo del diseño.

B) De marca: BUILDING.

Eslogan: ¡VEN, AQUÍ CONSTRUIMOS TUS SUEÑOS EN REALIDAD!

Logotipo:



C) De valor añadido: el trato que recibe el cliente y la garantía de la satisfacción esperada

## 1.7 Política de precios

Precio por hora para particulares: 50 euros y se necesitan una media de 20 horas por

proyecto

Precio para una empresa normal (sin concierto de volumen de pedidos): 40 euros/hora, siendo necesaria una media de 10 horas por proyecto

Precio por hora para empresas fidelizadas, que precisen de nuestros servicios con frecuencia y que hayan llegado a un acuerdo de permanencia: 30 euros/hora; como es lógico también serán necesarias unas 10 horas por proyecto.

## 1.8 Política de distribución

A) Canal directo cuando vendo a clientes particulares, tanto por internet como en tienda propia o teléfono.

B) Canal indirecto: cuando vendo mi producto a empresas de arquitectura, y a su vez éstas lo utilizan para su negocio, si bien podríamos considerarlo también directo puesto que es posible que el cliente final jamás conozca de nuestra participación en el proyecto, la satisfacción de éste es importante, pero nuestro cliente será en todo caso la empresa de arquitectura.

C) Comercio electrónico, a través de nuestra página web. (En un principio esta posibilidad ni siquiera se ha tenido en cuenta en la estimación de ventas)

## 1.9 Política de comunicación y promoción

Vamos a emplear un marketing estratégico, posicionándonos como una empresa de calidad y buen precio y con una adecuación total al cliente.

Respecto al marketing operativo, las acciones concretas a desarrollar serán las siguientes:

### 1. La publicidad:

En internet, crearemos una página web y también correo directo ofreciendo nuestro producto a las empresas seleccionadas.

Repartiremos un folleto publicitario (de contenido variable) en las empresas que son nuestro cliente objetivo.

Contamos además con una tarjeta de visita que entregaremos cuando el contacto se

haga de forma personal.

Todo ello diseñado a través de los propios trabajadores de la empresa, con lo que solo será necesario pagar la impresión y los servidores de la página. (830 euros/año)

-Tarjeta de visita:



-Folleto de publicidad:

**BUILDING.**

PLANOS DE TODO TIPO.

REFORMAS GRANDES Y PEQUEÑAS.

GESTIÓN DE LA EJECUCIÓN DE OBRA.

DECORACIÓN (INTERIORES-EXTERIORES)

Consulta Gratis

EL MEJOR PRECIO

Calle Santa Clara nº 12, Zamora. Teléfono 980 56 82 14

2. Merchandising: Pondremos en el escaparate del local, las mejores maquetas y planos de nuestros proyectos.

3. Fidelización: para conservar los clientes les daremos un buen trato y un buen producto, aparte de cumplir tiempos y dar garantías. Y descuentos en el precio a clientes que nos sean fieles o garanticen un volumen de negocios con nosotros.

Además de nuestro servicio siempre personalizado, uno de nuestros valores es la adaptación total de la empresa a las necesidades del cliente.

4. Relaciones públicas: los materiales que usemos, por ejemplo ordenadores, papeles, impresoras, materiales de construcción o decoración ... serán comprados en tiendas de la ciudad o como mínimo del país, esto nos ayudará a crear una red de contactos. Se trata además de un compromiso "personal" de esta empresa vinculado con su Responsabilidad Social Corporativa, preocupándonos por el desarrollo del entorno en el que nos encontramos.

Además colaboraremos con las fiestas locales organizadas por el Ayuntamiento, quien a cambio de una pequeña aportación económica para la impresión de programas y cartelería incluirá un anuncio nuestro en el propio programa que se buzonea a todos los vecinos de Zamora justo al inicio del verano, el mejor momento para iniciar las reformas particulares de casas. Además el programa se cuelga en la propia web del Ayuntamiento durante un mes para que puedan verlo otras personas de fuera. (200 euros/año)

5. Venta directa: un comercial será el encargado de buscar clientes nuevos, es decir, ir a vender nuestros productos a otras empresas para que lo conozcan, informar a los clientes.

El mejor marketing es una buena imagen. Y sabemos que la satisfacción de nuestros clientes también nos aportará una buena publicidad.

## 1.10 Presupuesto de las acciones de Marketing

Publicidad	830,00
Promoción de Ventas	0,00
Relaciones Públicas	0,00

## BUILDING

Marketing directo	0,00
Esponsorización	200,00
Ferias y exposiciones	0,00
Otros gastos de distribución	0,00
Otros gastos	0,00
<b>Total comunicación</b>	<b>1.030,00</b>

## 2. PLAN DE OPERACIONES PRODUCCIÓN

### 2.1 Productos o Servicios

Satisfacemos a empresas y particulares.

- Empresas: (Hacemos planos en 2D y en 3D de obra nueva, reforma o diseño de interiores/exteriores.)

Nuestra función es ayudar a arquitectos o estudios de arquitectos que busquen asistencia fuera de su empresa, mediante la externalización de este servicio. Ya sea para ahorrar tiempo en sus proyectos, para dedicar ese tiempo a cosas más importantes o a otras fases del proyecto que necesiten de su ingenio y necesitan ser ellos quienes las hagan, para aligerar el tiempo de la entrega al cliente.

- Particulares: (Diseño de interiores y reformas.)

Clientes particulares que necesitan que un profesional plasme sus ideas en papel, o que les aconseje sobre algo, más económico que un arquitecto, y con una profesionalidad y rapidez que no permite la dedicación del propio cliente al asunto, eso sí, sin perder su posibilidad de adaptar el proyecto totalmente a su gusto. Y por supuesto contando, si lo desean, con todos los servicios que ofrecemos a las empresas.

### 2.2 Procesos

Todas estas actividades se realizan atendiendo a un proceso o protocolo básico:

- Contacto con el cliente: En una primera reunión se fijan los aspectos básicos a desarrollar en el proyecto.

- Proceso creativo: Los profesionales realizan su trabajo de trazado, diseño y digitalización de la obra a realizar.

- Retroalimentación por parte del demandante del servicio: El proyecto desde su digitalización estará disponible para el visionado por el cliente a fin de que realice cuantas consultas y modificaciones o propuestas desee.

- Entrega y presentación del proyecto finalizado: No sólo se entrega, sino que si el cliente, normalmente grandes empresas, lo desean se expone ante quien él desee para facilitar su comercialización o el convencimiento del cliente final.

\* Y atención al cliente: Constante incluso una vez entregado el producto, para garantizar la satisfacción plena.



### 3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

#### 3.1. Organigrama Funcional

Necesitaremos 5 trabajadores: 4 de ellos empleados, a los que se sumará el trabajo de la promotora de la empresa Building:

- 1 Secretario que cobrará 980 euros brutos/mes
- 2 Delineantes que cobrarán 1.125 euros brutos/mes cada uno = 2.250 euros/mes
- 1 Arquitecto técnico que cobrará 1.300 euros brutos/mes

Esto supone un total de 63.420 euros al año contando las dos pagas extras. Lo indicado constituirá su salario, si bien el coste salarial para la empresaria se verá incrementado en un 32,10% dado que hay que cotizar por esos trabajadores a la Seguridad Social (La cotización por IT y IMS es únicamente del 1% ya que se trata de personal en trabajos exclusivos de oficina y se presupuesta para contratos temporales sin ninguna bonificación, a fin de no escatimar) Lo que supondrá un gasto en personal de 83.777,82 €

La promotora, que también cuenta con el título de Técnica Superior en Proyectos de Edificación de Obra Civil actuará como directora y a su vez trabajará en la empresa sin sueldo, por lo que deberá darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Señalar a este respecto que sus gastos para este fin serán escasos el primer año puesto que puede beneficiarse de la bonificación para nuevos autónomos de la ley de Emprendedores de 2014 ahora que tal bonificación se extiende también a aquellos que contratan trabajadores. Sus costes de cotización durante el primer año serán  $(53,59€ \times 6 \text{ meses}) + (133€ \times 6 \text{ meses}) = 1.119,54 €$

Siendo el gasto referido en la cuenta de explotación la suma de todas estas cantidades: 84.897,36 €

Respecto a las características de los trabajadores señalamos como básicas las siguientes:

- Secretario: Título de técnico superior en secretariado. Necesita ser una persona extrovertida, con don de gentes, muy agradable y organizada.
- Delineantes: Técnico Superior en Proyectos de la Edificación / Técnico Projectista. Necesita ser una persona con facilidad de trabajar en equipo.
- Arquitecto técnico: Título Universitario de Arquitecto Técnico/Aparejador. Necesita ser

una persona formal, muy creativa, con gran imaginación y responsable.

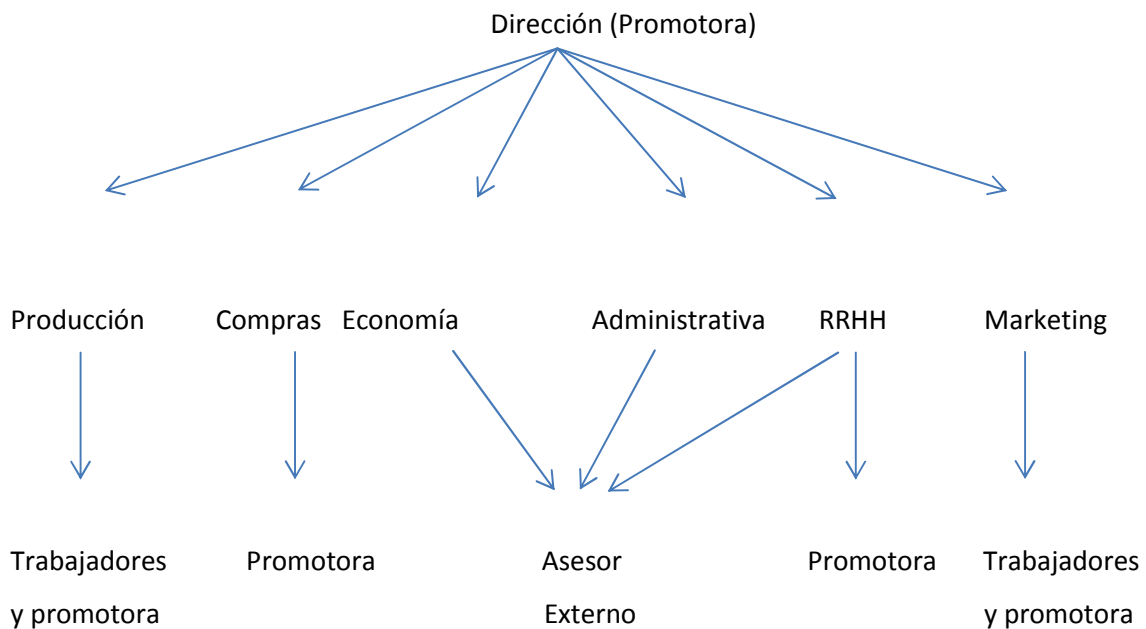
-Directora: Es Técnica Superior en Proyectos de Edificación de Obra Civil y cuenta con el título básico en Prevención de Riesgos Laborales. Saber dirigir, tiene confianza, visión de futuro, capacidad de asumir el riesgo y capacidad de comunicación. Y a trabajado antes en el sector.

En Building no es obligatorio tener experiencia en el sector, ya que pensamos que todo el mundo se merece una oportunidad y si no empiezan a trabajar no podrán ganar experiencia. Si bien se valorará su tenencia en la medida justa al menos en uno de los dos delineantes tal y como se señaló en el análisis CAME.

La responsabilidad que tendrá cada uno es la siguiente (el nivel de responsabilidad va de menos a más):

- Secretario: Organizar la agenda de trabajo, y concertar las citas con los clientes.
- Delineantes: Hacer los planos siguiendo las pautas del arquitecto.
- Arquitecto técnico: Diseñar, supervisar las planos, la ejecución de obra.
- La promotora: Funciones de dirección y responsable última de todo

G) Organigrama



Descripción del puesto	Condiciones laborales	Perfil profesional
<b>Denominación:</b> Técnico proyectista	<b>Salario:</b> 1125 € brutos al mes	<b>Formación y titulación:</b> Título de grado superior en proyectos de edificación, o aparejadores.
<b>Departamento:</b> Producción	<b>Horario y jornada:</b> 9:30 -14:30 16:30-19:30	<b>Conocimientos específicos:</b> Construcción.
<b>Nivel responsabilidad:</b> Media	<b>Lugar de trabajo:</b> Oficina	<b>Experiencia profesional:</b> Ninguna/media
<b>Tareas a realizar:</b> Planos de planta y cubierta Presupuestos	<b>Tipo de contrato:</b> Temporal 6 meses	<b>Habilidades profesionales:</b> Capacidad para trabajar en equipo

<b>Denominación:</b> Arquitecto técnico	<b>Salario:</b> 1300 € brutos al mes	<b>Formación y titulación:</b> Grado de Arquitectura técnica.
<b>Departamento:</b> Producción	<b>Horario y jornada:</b> 9:30 -14:30 16:30-19:30	<b>Conocimientos específicos:</b> Construcción.
<b>Nivel responsabilidad:</b> Alta	<b>Lugar de trabajo:</b> Oficina	<b>Experiencia profesional:</b> Ninguna
<b>Tareas a realizar:</b> Dirigir la obra Presupuestos	<b>Tipo de contrato:</b> Temporal 6 meses	<b>Habilidades profesionales:</b> Responsabilidad Trabajo en equipo

<b>Denominación:</b> Secretaria	<b>Salario:</b> 980 € brutos al mes	<b>Formación y titulación:</b> Técnico de Secretaria.
------------------------------------	--	--

<b>Departamento:</b> Producción	<b>Horario y jornada:</b> 9:30 -14:30 16:30-19:30	<b>Conocimientos específicos:</b> Secretaria.
<b>Nivel responsabilidad:</b> Baja	<b>Lugar de trabajo:</b> Oficina	<b>Experiencia profesional:</b> Ninguna
<b>Tareas a realizar:</b> Llevar la agenda Concertar citas con clientes	<b>Tipo de contrato:</b> Temporal 6 meses	<b>Habilidades profesionales:</b> Don de gentes Organización

### 3.2. Plan de externalización de funciones

Se externalizarán aquellas funciones que requieran un grado de especialización elevado y/o una alta demanda de tiempo para ser realizada por los miembros de la empresa:

- Gestoría: 500 euros cada 3 meses= 2.000 euros al año
- Prevención de riesgos: 2.000 euros al año contratando un paquete medio que incluye la vigilancia para la salud de los trabajadores
- Limpieza del local 100 euros al mes= 1.200 euros al año

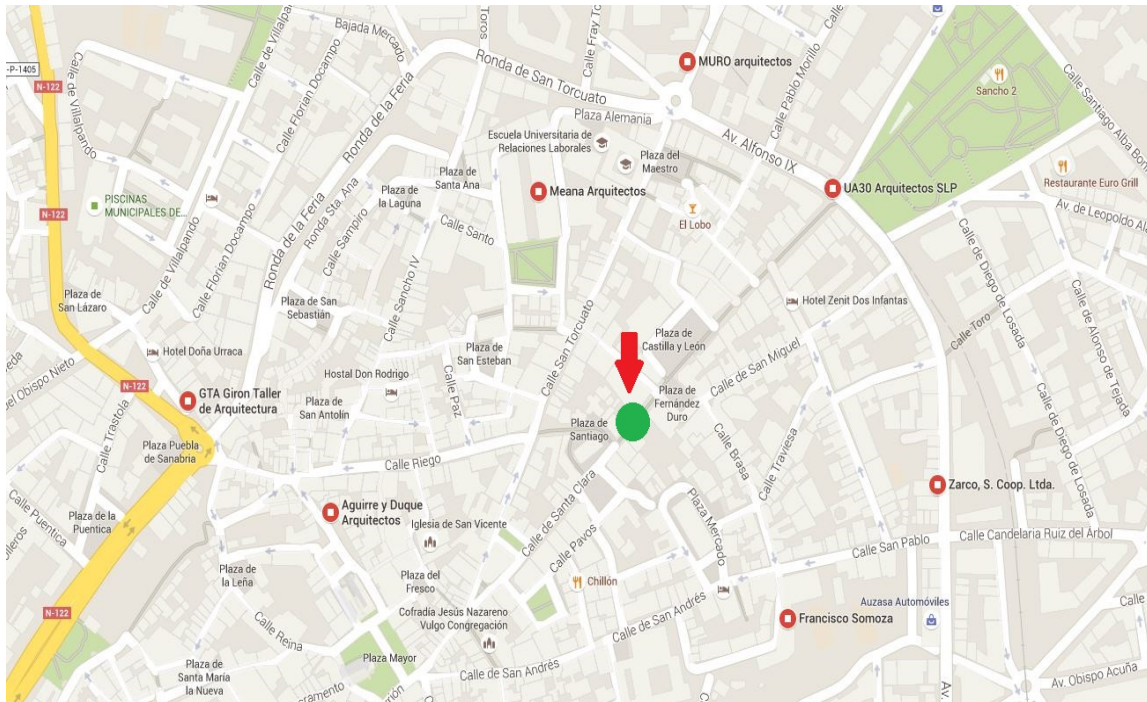
## 4. PLAN DE INVERSIONES

### 4.1 Localización

Building se ubicará en la calle Santa Clara, número 12, de Zamora. Se trata de un local amplio a pie de calle, muy céntrico, con escaparate a una calle principal donde se mostrarán maquetas en 3D de nuestros mejores proyectos, y donde los clientes podrán acceder fácilmente. La calle es peatonal pero hay varios parkings a pocos metros, y nuestra empresa correrá con el coste de los mismos si un cliente lo necesita mientras está en nuestras oficinas.

El alquiler del local será de 1.100 euros/mes. Siendo necesario dejar una fianza de 2 meses.

Total de 13.200 euros al año



Zona Verde: Zona de localización (Calle Santa Clara, 12)

## 4.2 Inmovilizado Intangible

- Licencia Autocad: 2.000 euros
- SketchUp: licencia gratuita.
- Menfis: programa gratuito.
- Cype completo: 3.500 euros
- Registro de la marca BUILDING: 800 euros

Total= 6.300 euros

## 4.3 Inmovilizado Material

- Adecuación del local a las necesidades de la empresa, incluyendo rotulación: 2.940 €
- 5 Mesas de oficina 281,80 euros/unidad = 1.409 euros
- 1 Mesa grande de reuniones: 600 euros
- 13 Sillas de oficina, 86,59 euros/unidad = 1.125,67 euros
- 7 Sillas sala de reuniones, 60 euros/unidad = 420 euros
- 3 Sillones de la sala de espera de 65 euros/unidad = 195 euros
- 1 Impresora plotter Hp 1.303,40 euros
- 1 Impresora 560 euros
- 5 ordenadores LG de 456,70 euros/unidad = 2.283,50 euros
- Material de oficina permanente (grapadoras, reposa-pies, corcheras,...) 800 euros

Total: 11.636,57 Euros

#### 4.4 Otros Inmovilizados

Ha sido necesario dejar una fianza por el alquiler del local de dos mensualidades lo que asciende a 2200 Euros, que nos serán íntegramente devueltos si al finalizar el alquiler no se ha producido ningún destrozo en el local.

#### 4.5 Presupuesto. Resumen

##### Inmovilizado Material:

Terrenos	0,00
Edificios/Construcciones	0,00
Instalaciones	2.940,00
Maquinaria	1.863,40
Uillaje	0,00
Mobiliario	3.749,67

Equipos de proceso informático	2.283,50
Elementos de transporte	0,00
Otro inmovilizado material	0,00
<b>Inmovilizado material</b>	<b>11.636,57</b>

**Inmovilizado Intangible:**

Investigación y desarrollo	0,00
Concesiones administrativas	0,00
Propiedad industrial	0,00
Fondo de comercio (marca)	800,00
Aplicaciones informáticas	5.500,00
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>6.300,00</b>

**Inmovilizado Financiero:**

<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>2.200,00</b>
--------------------------------	-----------------

**Resumen:**

Total Inversiones	20.136,57
IVA Inversiones	3.624,58
<b>TOTAL INVERSIONES + IVA</b>	<b>23.761,15</b>

## 5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 5.1 Plan Económico: Cuenta de Explotación provisional

#### Explotación:

Importe neto de la cifra de negocios	122.400,00
Variac. existencias prod. terminados	0,00
Trabajos para inmovilizado	0,00
Aprovisionamiento	0,00
Otros ingresos de explotación	0,00
Gastos de personal	-84.897,36
Otros gastos de explotación	-22.550,00
Amortización de inmovilizado	-475,00
Otros resultados	0,00
<b>Resultado de explotación</b>	<b>14.477,64</b>

#### Resultados Financieros:

Ingresos financieros	0,00
Gastos financieros	-700,00
<b>Resultados Financieros</b>	<b>- 700,00</b>



Resultados antes de impuestos	13.777,64
Impuestos sobre Beneficios	-2.066,65
<b>Resultado del Ejercicio</b>	<b>11.710,99</b>

## 5.2 Plan financiero

a. Inversión inicial	20.136,57
b. Gastos correspondientes a 6 meses	54.073,68
<b>Necesidad de Fondos</b>	<b>74.210,25</b>

### a. Recursos propios

Capital Social	60.000,00
Beneficios	0,00

### b. Subvenciones

Subvenciones	3.000,00
--------------	----------

### c. Recursos ajenos

Préstamos bancarios	16.000,00
Otros prestamos	0,00

## 6. FORMA JURIDICA

### 6.1. Forma jurídica

La elegida para crear la empresa es la Sociedad Limitada, porque es la que más se asemeja a mis expectativas y el motivo por el que no se ha elegido sociedad limitada nueva empresa a pesar de todas las ventajas que también tiene es porque la promotora quiere poder elegir el nombre desde el primer día no teniendo que esperar nada, a fin de que razón social y marca coincidan.

### 6.2. Puesta en marcha

Paso a detallar los distintos trámites que son necesarios para la puesta en marcha, tal y como se ha facilitado la información por la Cámara de Comercio de la ciudad de Zamora.

Denominación	Concepto	Organismo	Plazo
1) CERTIFICACIÓN NEGATIVA DEL NOMBRE	El nombre elegido para la sociedad no puede ser igual al de otra creada	Registro Mercantil Central.	Antes de la constitución de la sociedad
2) OTORGAMIENTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA	La escritura de la constitución y los estatutos deben ser firmados y aprobados por todos los socios ante Notario.	Notario colegiado	Antes del inicio de la actividad
3) SOLICITUD DEL CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL PROVISIONAL	La empresa queda identificada a efectos fiscales por medio del nº que se les entrega	Administración de la Agencia Estatal Tributaria	30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública de la constitución. Tienen validez hasta 6 meses, si no se ha recogido

			antes la tarjeta de identificación definitiva.
4) LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS (ITP Y AJD)	Impuesto a pagar por el hecho de constituir una sociedad. Se paga el 1% del capital suscrito	Delegación Territorial de Hacienda de Castilla y León.	30 días hábiles desde el otorgamiento de la Escritura Pública de constitución.
5) INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL	Las sociedades se deben de inscribirse para poder ser considerada como persona jurídica.	Registro Provincial Mercantil	2 meses desde el otorgamiento de la Escritura Pública.
6) SOLICITUD DEL CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DEFINITIVO	La empresa queda identificada a efectos fiscales por medio del número que se les entrega.	Administración de la Agencia Estatal Tributaria.	6 meses desde la solicitud del CIF provisional
7) DECLARACIÓN CENSAL	Documento que informa sobre las características de la actividad, del local y de la modalidad tributaria escogida.	Administración de la Agencia Estatal Tributaria.	Antes del inicio de la actividad.
8) ALTA EN EL RÉGIMEN ESPECIAL DE AUTÓNOMOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL	Cotizan en este régimen, aquellas personas que realizan de forma habitual, personal y directa una actividad económica, sin sujeción a contrato de trabajo por realizar dicha actividad. Se paga mensualmente.	Administración de la Tesorería de la Seguridad Social	30 días naturales siguientes al inicio de la actividad.
9) INSCRIPCIÓN DE LA	Obligatorio para todo	Administración de	Antes de que los

SOCIEDAD EN LA SEGURIDAD SOCIAL (Solo si va a contratar trabajadores)	empresario que vaya a contratar a personal, asignándole un numero identificativo para la cotización de las personas que se tengan contratadas.	la Tesorería de la Seguridad Social.	trabajadores inicien su actividad en la empresa
10) AFILIACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN LA SEGURIDAD SOCIAL	Todo empresario debe afiliarse a las personas que van a ser contratadas y que no han cotizado nunca en algún régimen de la Seguridad Social. La persona solo se afilia a la Seguridad Social una vez.	Administración de la Tesorería de la Seguridad Social	Antes de comenzar la prestación de servicios por parte del trabajador.
11) ALTA DE LOS TRABAJADORES EN EL REGIMEN GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL	Todo empresario tiene que dar de alta en este tipo de régimen a las personas que vaya a trabajar en la empresa	Administración de la Tesorería de la Seguridad Social	Antes de comenzar la prestación de servicios por parte del trabajador.
12) COMUNICACIÓN DE LA APERTURA DEL CENTRO DE TRABAJO	Toda empresa deber informar de la apertura del centro de trabajo, cualquiera que sea la actividad que vaya a desarrollar y tenga o no personas contratadas	Dirección General de Trabajo de la Junta de Castilla y León.	30 días siguientes al inicio de la actividad.
13) SOLICITUD DE LA LICENCIA DE APERTURA DE ACTIVIDADES E INSTALACIONES (Si va a necesita un local para el desarrollo de la actividad)	Licencia municipal que acredita la adecuación de las instalaciones proyectada a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.	Ayuntamiento del domicilio de la empresa.	Antes del inicio de la actividad.