



#plandenegocio

**plataforma de información
y comercialización
conjunta de productos y
servicios turísticos**

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	7
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	8
3.1. Perfil de la persona promotora 1	8
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	9
4.1. Características de la oferta	9
4.2. Aspectos Diferenciales.....	11
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface	12
4.4. Propiedad Industrial e intelectual	14
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	15
5.1 Características, tamaño y evolución del mercado	15
5.2. Análisis del entorno.....	18
5.3. Análisis de la demanda	23
5.4. Análisis de la competencia.....	27
6. PLAN DE MARKETING.....	29
6.1. Establecimiento de precios	29
6.2. Canales de distribución	30
6.3. Comunicación y promoción	31
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....	34
7.1. Recursos físicos.....	34
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones	34
7.1.2. Equipamiento.....	34
7.1.3. Desarrollo productivo	35
7.2. Recursos Humanos.....	37
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.....	37
7.2.2. Descripción de puestos de trabajo.....	38
7.2.3. Gestión de los recursos humanos.....	39
7.3. Forma jurídica	40
8. ANÁLISIS DAFO	42
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO	46
9.1. Inversión inicial	46

9.1.1. Activo no corriente	46
9.1.2. Activo corriente	47
9.2. Fuentes de financiación	49
9.3. Previsiones de ingresos	51
9.4. Costes de producción	54
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal	55
9.6. Previsión de tesorería	58
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios	60
10. PLAN DE ACCIÓN	65
10.1. Planificación de actividades	65
10.2. Guía de trámites	67
11. MAPA DE ACTIVIDAD	85

1. Resumen ejecutivo

Este proyecto plantea la oportunidad de unir las potencialidades que ofrecen tanto el turismo de la Eurozona como el crecimiento del comercio electrónico para crear un marketplace, que es un sitio web que brinda la posibilidad de relacionar un gran número de empresas, clientes/as y proveedores/as en un solo punto de encuentro, planteándose así como un ecosistema global y completo.

Por lo tanto, la actividad principal de la empresa va a consistir en la gestión de una plataforma virtual a través de la cual se van a comercializar productos y servicios turísticos de España y Portugal y se va a especializar en la oferta que ofrece la región EUROACE formada por la comunidad autónoma de Extremadura y las regiones lusas de Alentejo y Centro. Las categorías en las que se va a clasificar la oferta son las siguientes:

- Reserva de habitaciones en hoteles, hostales, apartamentos, etc.
- Reservas en establecimientos de restauración: restaurantes, bares y cafeterías.
- Alquiler de vehículos
- Compra de entradas para espectáculos, museos y exposiciones.

El proyecto será desarrollado por una única persona emprendedora bajo el régimen jurídico de Sociedad Limitada Unipersonal.

Esta persona posee la Diplomatura en Turismo y varios cursos de especialización en gestión empresarial. Su experiencia profesional se basa en los 5 años que ha trabajado como técnico/a turístico/a para una agencia de viajes internacional y los 5 años que ha trabajado como gerente de una de las sucursales de dicha agencia en Alentejo.

El mercado de la empresa lo van a componer dos diferentes tipos de usuarios/as: por un lado, las empresas turísticas de la zona EUROACE que desean comercializar sus productos a través de una plataforma online. Por otro, la población usuaria de internet que compra servicios turísticos.

En cuanto a la competencia, habrá que diferenciar dos grupos:

- La competencia directa formada por otras plataformas webs de información y comercialización de servicios turísticos y aquellas empresas turísticas que comercialicen también sus servicios de manera virtual, aparte de la física.
- La competencia indirecta de la empresa la conformarán principalmente aquellas empresas turísticas que comercializan sus productos únicamente de manera física. Otro factor a tener en cuenta son las denominadas compras agrupadas, que consisten en agrupar un número determinado de compradores/as en un plazo de tiempo límite para lograr un descuento significativo en un producto o servicio concreto.

La principal diferencia que presenta esta empresa es que su oferta se especializa en la Eurozona, lo que garantiza un servicio de calidad, en el que se pondrá énfasis en los detalles y en la atención a la clientela. Por otro lado, se ofrecerán servicios de calidad, que se consigue gracias a que todo el equipo que conforma la empresa está integrado por profesionales altamente cualificados/as. Se trata además de un equipo joven y formado en las últimas tendencias del sector, lo que supone una clara apuesta por la creatividad y la innovación. Por último, la empresa va a implantar una política de devoluciones abiertas que ofrezca facilidades a los/as usuarios/as.

En la cobertura de necesidades hay que distinguir entre las empresas vendedoras y los/as compradores/as.

Las empresas vendedoras conseguirán estar presentes en la red, lo que significará una forma clara de promoción de las mismas. Supone también un ahorro al disminuir los costes de las infraestructuras. Otra necesidad cubierta será la de llegar al mayor número posible de compradores/as potenciales. Por último, se conseguirá promocionar una imagen más actual y moderna de las empresas turísticas cliente.

Las necesidades de los/as compradores/as serán las siguientes: podrán contratar los servicios deseados desde casa y de una manera cómoda. Por otro lado, tendrán la tranquilidad de realizar sus pagos de manera segura y con todo tipo de garantías.

La empresa se localizará en un edificio de oficinas que ya esté equipado con línea de teléfono e internet, así como servicio de limpieza y mantenimiento ubicado en una localidad extremeña. La oficina tendrá 95 m² y contará con recepción, despacho del/la gerente, sala diáfana en la que trabajará el resto del equipo y sala de reuniones.

La empresa cuenta con la siguiente estructura:

- **Área de gestión y comercial:** Incluye las tareas de gerencia de la empresa y las labores comerciales y de comunicación.
- **Área de programación:** Se desarrollarán aquí las tareas de programación y soporte técnico de los/as usuarios/as.
- **Área de diseño gráfico:** Incluye los trabajos de diseño gráfico comercial así como todas las acciones multimedia que se desarrollen en la plataforma.
- **Área de comunicación.** Se encarga de la gestión de las redes sociales y del posicionamiento web. También se editarán aquí los textos de las novedades que se publiquen en la plataforma y el boletín que se envíe a los/as usuarios/as.
- **Administración.** Incluirá las tareas administrativas y contables derivadas del desarrollo de la actividad.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere una inversión inicial de 22.373 € en el primer año. Para cubrir esta inversión y ejercer la actividad mes a mes durante el primer ejercicio, presenta unas necesidades de financiación globales de 35.000 €, de los que 10.000 € serán aportados por la persona emprendedora en forma de capital social de la empresa y 25.000 € se cubrirán mediante la solicitud de un préstamo bancario a largo plazo. **Durante el primer año, momento en que el proyecto estará en pleno funcionamiento, el resultado esperado antes de intereses y de impuestos (BAI) será de 23.335,21 €. El quinto año, el BAI alcanzará una cifra de 122.817,57 €. El punto de equilibrio se corresponde con un volumen de ingresos de 85.848,99 €, lo cual se logra en el año 1.**

2. Análisis de la idea y elección del negocio

El sector turístico en la zona EUROACE, aunque no está excesivamente desarrollado, posee una alta potencialidad debido a la basta amplitud de recursos que ofrece. Así, se podrá fomentar el turismo cultural, gastronómico, la estancia en casas rurales, realización de paseos a caballo o de actividades de aventuras, etc.

Por otro lado, tanto Internet como la sociedad de la información se encuentran ampliamente desarrollados en España y en Portugal. En ambos países la población es usuaria habitual de las nuevas tecnologías y la compra online, sin moverse de casa, supone una tendencia cada vez más extendida.

La compra online por parte de la población española y portuguesa ha crecido. En España, el porcentaje de personas que realizó compras a través de la red en 2013 fue del 30%, mientras que en Portugal esta cifra asciende al 25%.

Más concretamente, en lo que se refiere a la compra online de productos y servicios turísticos en Extremadura, la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares 2013, del Instituto Nacional de Estadística, refleja los siguientes datos, que son de alta relevancia:

- El 57,5% de la población extremeña que ha comprado por Internet en los últimos 12 meses ha adquirido un servicio relacionado con el alojamiento de vacaciones (hotel, apartamentos, etc.), lo que significa el servicio más adquirido entre los/as usuarios/as tanto extremeños/as como españoles/as.
- El tercer servicio más adquirido entre los/as usuarios/as extremeños/as, después de los servicios de alojamientos de vacaciones y material deportivo y ropa, son las entradas para espectáculos, como cines, teatros o conciertos.
- El 27,8% ha adquirido otros servicios para viajes como billetes de transporte público, alquiler de coches, etc.

Este proyecto plantea la oportunidad de unir las potencialidades que ofrecen el turismo de la península y en especial de la Eurozona, y el crecimiento del comercio electrónico para crear un marketplace, que es un sitio web que brinda la posibilidad de relacionar un gran número de empresas, clientes/as y proveedores/as en un solo punto de encuentro, planteándose así como un ecosistema global y completo.

3. Equipo emprendedor

El equipo emprendedor está formado por una única persona, bajo el régimen jurídico de Sociedad Limitada Unipersonal.

3.1. Perfil de la persona promotora 1

La persona promotora del negocio tiene 30 años y es natural de Extremadura.

Posee la titulación de Diplomatura en Turismo y varios cursos de especialización en gestión empresarial.

Su experiencia laboral se basa en los 5 años que ha trabajado como técnico/a turístico/a para una agencia de viajes internacional y los 5 años que, posteriormente, ha trabajado como gerente de una de las sucursales de dicha agencia en Alentejo.

En cuanto a sus habilidades personales, se trata de una persona muy dinámica, creativa, responsable y resolutiva.

Además del español, su lengua materna, domina el portugués, el inglés y el francés.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La actividad principal de la empresa va a consistir en la gestión de una plataforma virtual a través de la cual se van a comercializar productos y servicios turísticos de España y Portugal, especializándose en la región EUROACE. De esta manera, la plataforma actuará como intermediaria entre las empresas turísticas y los/as compradores/as.

Por tanto, los servicios específicos que va a ofrecer la empresa se centran en la intermediación de la oferta de las empresas turísticas de la eurozona y la gestión del pago.

Las categorías en las que se va a clasificar la oferta de productos y servicios de las empresas cliente es la siguiente:

- Reserva de habitaciones en hoteles, apartamentos, casas rurales, etc.
- Reserva en establecimientos de restauración: restaurantes, bares y cafeterías.
- Alquiler de vehículos.
- Compra de entradas para espectáculos, museos y exposiciones.

Se han elegido estas 4 categorías de servicios turísticos por ser los más vendidos a través del comercio electrónico en Extremadura. Las proporciones son muy similares a las del resto de España:

	Total Nacional	Extremadura
Total de personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses	11.035.265	195.439
Productos de alimentación y otros de consumo no duraderos	12,1%	9,7%
Bienes para el hogar (de tipo duradero)	24,3%	23,8%
Medicamentos	1,2%	3%
Películas, música	12,7%	14%
Libros, revistas, periódicos (incluye libros electrónicos)	21,1%	28,2%
Material formativo online	9,2%	12,3%
Material deportivo, ropa	38,4%	53,2%
Software de juegos de ordenador y de videoconsolas	11,1%	18,7%
Otro software de ordenador	13,2%	12,1%
Equipo informático (ordenadores y accesorios)	18,7%	22,9%
Servicio de telecomunicaciones (por ejemplo, contratos de banda ancha, líneas telefónicas o de TV, recargas de tarjetas de prepago...)	13,9%	18%
Equipamiento electrónico	19,8%	20,4%
Compra de acciones, pólizas de seguros u otros servicios financieros	6,6%	7,9%
Alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento, etc.)	48,2%	57,5%
Otros servicios para viajes (billetes de transporte público, alquiler de coches, reservas en restaurantes, etc.)	44,6%	27,8%
Entradas para espectáculos (cine, teatros, conciertos)	36,6%	29,6%
Otros productos o servicios	19,6%	28,5%

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2013. INE.

4.2. Aspectos Diferenciales

En la actualidad existen grandes empresas multinacionales que abarcan la mayor parte de la cuota de mercado del comercio electrónico de productos y servicios turísticos. Sin embargo, existen oportunidades de mercado para aquellas que sepan diferenciar su oferta.

La principal diferencia que presenta esta empresa es que su oferta se especializa en la zona EUROACE. Esto garantiza un servicio altamente especializado en el que el/la usuario/a podrá conocer la oferta de productos y servicios que ofrece la región y saber que va a cubrir todas sus necesidades en cuanto a alojamiento, transporte y entretenimiento. También se ofertarán servicios en el territorio español y portugués en general.

Según el Plan Estratégico de turismo para Extremadura 2010-2015, “la cultura del detalle, la dimensión emocional del servicio y la relación con la clientela constituyen atributos diferenciales que deben ser reforzados a través de actuaciones asumidas por las propias empresas y por programas impulsados desde la colaboración público-privada, como vía para conseguir la competitividad empresarial. Por lo tanto, poner énfasis en los detalles y en la atención a la clientela puede ser la nota diferencial con respecto a otras empresas del sector.”

Por otro lado, la plataforma web se va a basar en un modelo de diseño fresco y joven que haga su navegación intuitiva para los usuarios y usuarias de la página.

La calidad se conseguirá gracias a un equipo integrado por profesionales con alta cualificación y amplia trayectoria en el campo del comercio electrónico y del turismo. Para ello, el proceso de selección será muy riguroso.

Por último, un aspecto que los/as consumidores/as perciben como un inconveniente en el comercio electrónico es la política de cancelación de reservas, ya que se suelen ofrecer pocas facilidades en este aspecto. Por este motivo, la empresa va a implantar una política de cancelaciones de reservas gratuita hasta 24 horas antes de la fecha de realización del servicio contratado.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

La cobertura de necesidades aportada por esta empresa es muy amplia, y se debe diferenciar entre aquellas cubiertas en las empresas turísticas y entre las personas compradoras:

Empresas turísticas

- Estas empresas estarán presentes en la red, lo que significará una forma clara de promoción de las mismas. Además, la empresa se encargará directamente de la promoción y comercialización de los productos y servicios ofertados en su plataforma web.
- Supondrá también un ahorro para determinadas empresas de productos y servicios turísticos debido a que, al vender a través de una tienda online, no necesitarán unas determinadas infraestructuras o al menos, se reducirá el coste de las mismas.
- Otra necesidad cubierta será que la oferta llegue al mayor número posible de compradores/as potenciales.
- Por último, la empresa aquí descrita conseguirá proporcionar una imagen más actual y moderna a las empresas turísticas.

Compradores/as

- Estas personas podrán adquirir los productos y servicios deseados desde casa y de una manera muy cómoda, sin necesidad de desplazarse o realizar llamadas de teléfono. Además, la compra podrá realizarse 24 horas al día, los 7 días de la semana.
- Al realizar la compra desde casa, evitarán tener que hacer desplazamientos hacia las agencias de viajes, con el consecuente ahorro en costes de transporte. Esto también supone en muchos casos un ahorro en el viaje puesto que no existen los costes de intermediarios que pueden existir al contratar los servicios en una agencia de viaje.
- Debido a la política de calidad y de cancelaciones de la empresa, los/as usuarios/as tendrán la tranquilidad de realizar unas compras seguras y con todo tipo de garantías.
- Podrán visualizar una amplia gama de fotografías tanto de los espacios (hoteles, restaurantes, etc.) como de los servicios realizados por las empresas turísticas,

como fotografías de los platos elaborados o de los espectáculos, así como del entorno en el que se sitúan (imágenes de la localidad en la que se ubica la empresa, entornos naturales cercanos, etc.).

- Por último, cabe destacar la posibilidad de realizar una mejor compra al poder comparar las diversas tarifas y servicios ofrecidos por las empresas turísticas de similares características en el territorio.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual

Todas aquellas aplicaciones para que sean creadas y desarrolladas por la empresa, deberán ser registradas en el Registro de la Propiedad Intelectual, que en Extremadura tiene tres oficinas:

- Edificio III Milenio. Avenida Valhondo S/N. Módulo 4, 1ª Planta. 06800, Mérida. Teléfono: 92 400 85 80.
- Avenida de Huelva Nº2. 06005, Badajoz. Teléfono: 92 401 20 58.
- Avenida General Primo de Rivera Nº2 Planta 7ª. 10071, Cáceres. Teléfono: 92 700 10 87.

En el caso de las páginas web, no se pueden registrar. Lo único que se permite registrar oficialmente es el contenido de las mismas, en el caso de que incluyan una idea nueva, una obra literaria original, etc.

5. Análisis del mercado

5.1 Características, tamaño y evolución del mercado

El mercado de esta empresa abarca tanto el relacionado con el turismo como el comercio electrónico de la Eurozona, por ello se van a analizar ambos sectores.

El turismo es considerado en la actualidad un sector estratégico debido a que significa una importante fuente de ingresos y de generación de empleo, lo que contribuye a la cohesión social y territorial.

El turismo constituye una gran oportunidad para zonas en las que existen recursos endógenos atractivos, como ocurre en Alentejo, Centro y Extremadura. Se trata de un sector que ofrece grandes oportunidades para que surjan empresas de nueva creación, generando oportunidades de empleo. El sector ejerce una posición de liderazgo en el desarrollo y consigue una mejora de la calidad de vida de los municipios y las personas que forman parte de estas regiones.

La riqueza natural y patrimonial del territorio y sus inmejorables condiciones ambientales ofrecen una amplia oferta turística que destaca por la complementariedad de las tres regiones. Las playas de la zona atlántica contrastan con los paisajes de interior, que muestran un riquísimo patrimonio histórico y cultural que se conserva tanto en sus espacios urbanos como rurales. El turismo constituye para la Eurozona un sector estratégico y una gran oportunidad para zonas en las que no existe alternativa económica a las tradicionales actividades agrícolas actualmente en declive.

Extremadura cuenta con una historia turística breve ya que no hace más de una década que se organizan planes de promoción y comercialización de forma ordenada y constante. Hasta entonces, los/as turistas visitaban Extremadura atraídos por el turismo patrimonial y cultural de ciudades como Cáceres, Mérida y Trujillo. En los últimos años, las Administraciones Públicas y el conjunto de empresas del sector turístico han realizado un gran esfuerzo que se ha visto recompensado con un gran crecimiento tanto en el número de establecimientos y servicios como en la calidad de los mismos. El Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015 ofrece los siguientes datos sobre el sector turístico en Extremadura:

- Genera más de 700 millones de euros

- Representa el 4.3% del PIB de Extremadura
- Representa el 6% de la fuerza laboral
- Emplea a más de 25.000 personas

A la vez que con el turismo, este negocio está íntimamente relacionado con el sector de las nuevas tecnologías. Se trata de un sector en constante evolución que no para de crecer gracias a la introducción de elementos innovadores y a la investigación y desarrollo en este ámbito.

En cuanto a las nuevas tecnologías y el comercio electrónico, tanto España como Portugal son países en los que las nuevas tecnologías están fuertemente introducidas y en los que el consumo de productos tecnológicos es muy elevado, por lo que existe un claro nicho de mercado para negocios que presten un servicio innovador y útil.

En España, el sector de las nuevas tecnologías ha evolucionado de manera muy rápida en los últimos años. En Extremadura, el 63% de los hogares disponen de acceso a Internet y el 96% emplean teléfonos móviles con asiduidad, como refleja la Encuesta del Uso de las TIC y Comercio Electrónico del Instituto de Estadística de Extremadura.

En Portugal las infraestructuras ligadas al sector de las comunicaciones han sido mejoradas en los últimos años, permitiéndole situarse en una posición cómoda frente al resto de Europa. En los hogares portugueses, un alto porcentaje se declara asiduo de Internet (64%) y el 88,5% de los mismos disponen de teléfono móvil, tal y como refleja el estudio “A Internet em Portugal 2012” de Publicaciones ObeCom.

Por otra parte, el Estudio de Comercio Electrónico B2C de 2012 elaborado por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y las SI, indica que el comercio electrónico B2C en España ha crecido notablemente en los últimos años, con una cifra de volumen total en 2012 de 12.383 millones de euros, un 13,4% superior al año anterior. Esta subida es muy relevante, especialmente teniendo en cuenta el contexto socioeconómico que acontece en la actualidad.

El mismo estudio indica que, de los 2.322,1 millones de euros de la facturados por el comercio electrónico en el segundo trimestre del año 2011, las empresas españolas ingresaron 1.311 millones de euros.

La buena marcha del comercio electrónico se traduce también en un nuevo record en número de transacciones: 31,3 millones en total, lo que supone un incremento interanual del 31,9%.

Por otra parte, también crecen las operaciones desde el exterior a España. En total, los/as usuarios/as extranjeros/as compraron bienes y servicios en webs españolas por un valor de 335,3 millones de euros.

Todo ello permite concluir que el mercado del comercio electrónico ha aumentado de manera exponencial de forma paralela al desarrollo de las nuevas tecnologías. Esta demanda es consecuencia de la expansión de la sociedad de la información, acelerada por la aparición de Internet, las redes sociales y las aplicaciones para móviles.

La unión de ambos sectores ofrece una clara potencialidad para el desarrollo de acciones que impulsen iniciativas innovadoras basadas en el aprovechamiento de los recursos turísticos del territorio de la eurozona.

5.2. Análisis del entorno

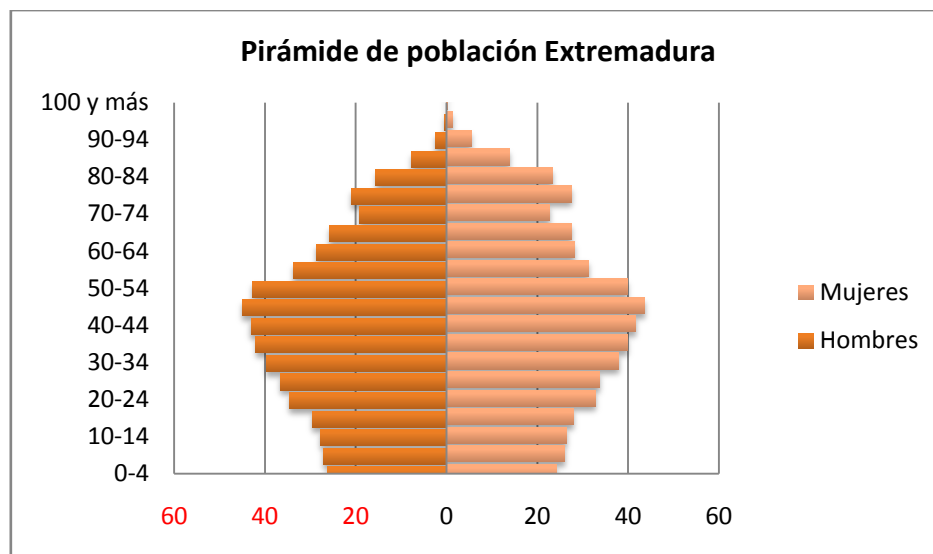
La zona EUROACE se extiende por el espacio geográfico de las regiones de Alentejo, Centro y Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 km² y una población de 3.388.563 habitantes, lo que supone el 6% de la población peninsular.

Su localización geográfica en el sureste peninsular y respecto de las grandes áreas metropolitanas como Madrid, Lisboa, Sevilla y Oporto, así como de la fachada atlántica y la diagonal continental otorgan a este territorio una posición privilegiada en el marco de la nueva Estrategia Territorial Europea.

El Plan de Estrategia EUROACE 2020 destaca la demanda creciente de productos turísticos que conjuguen el turismo medioambiental, como el turismo en los espacios rurales o el relacionado con el agua, y el turismo cultural, especialmente el relacionado con el patrimonio histórico y artístico, la gastronomía y las fiestas. Dado el gran potencial de esta eutorregión en cuanto a la biodiversidad, reservas de agua, elevada calidad medioambiental, vasto patrimonio cultural, etc., es posible satisfacer esta demanda creciente.

Por otro lado, es importante realizar un análisis de la Eurozona en cuanto a su demografía, uso de las nuevas tecnologías, nivel de estudios y gasto medio por familia.

La sociedad extremeña presenta unas características generalmente muy parecidas a las del resto de España. Presenta una pirámide de población con forma de urna, lo que significa que tiene una población envejecida y una tasa de natalidad y de mortalidad bajas.



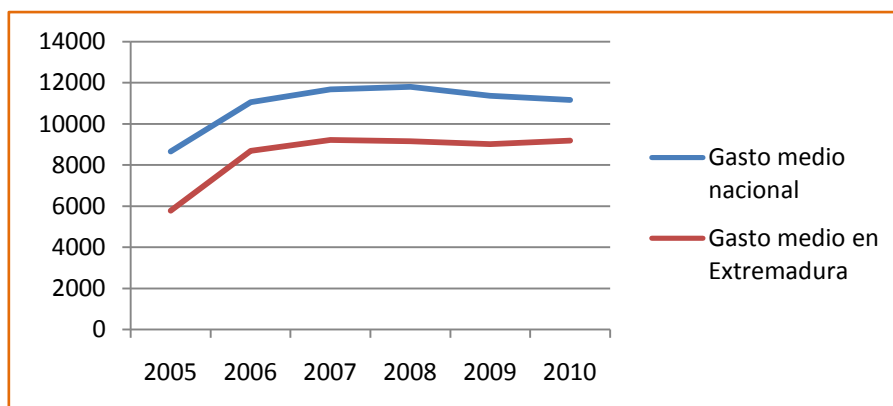
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE Revisión del Padrón de Habitantes a 1 de Enero de 2013.

En cuanto al uso de las nuevas tecnologías, el 63,3% de los hogares de la región disponen de acceso a Internet y casi la totalidad de ellos (96%) disponen de teléfono móvil.

El nivel de estudios es algo inferior a la media nacional, ya que solo el 19,12% de los mayores de 16 años tienen estudios superiores, mientras que la media española es del 24,31%.

A pesar de atravesar una situación de crisis económica a nivel mundial y especialmente a nivel comunitario, la tendencia de Extremadura en los últimos años indica que el gasto medio por hogar y año no ha decrecido, sino que ha ido aumentando de manera leve pero constante, al igual que ocurre a nivel nacional. No obstante, los datos de Extremadura reflejan que el gasto medio por familia es inferior que el de la media española.

Gasto medio anual de los hogares en bienes y servicios



Fuente: Tabla elaborada a partir de las Tablas por Comunidades Autónomas sobre la Renta, Distribución y Consumo del Instituto Nacional de Estadística.

A la hora de emprender un negocio como el que se plantea en este proyecto, es necesario tener en cuenta una serie de exigencias legales, que en este caso se basan principalmente en el uso de patentes. Será necesario adquirir el software necesario para el desarrollo de la actividad de la empresa, especialmente para las tareas de programación y diseño.

En cuanto a la normativa a tener en cuenta para el desarrollo del negocio, destacan por una parte aquellas relacionadas con el comercio electrónico y, por otra, las relativas al turismo.

La normativa europea que afecta a la empresa es:

- Directiva sobre protección de datos 95/46/CE.
- Directiva sobre privacidad electrónica 2009/136/CE, que modifica a la anterior directiva 2002/58/CE.

Además, a nivel español, se habrá de tener en cuenta la siguiente normativa:

- Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes
- Ley 5/1998, de 6 de marzo, de incorporación al Derecho Español de la Directiva 96/9/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de marzo de 1996, sobre la protección jurídica de las bases de datos.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

- Ley 19/2006, de 5 de junio, por la que se amplían los medios de tutela de los derechos de propiedad intelectual e industrial y se establecen normas procesales para facilitar la aplicación de diversos reglamentos comunitarios.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Real Decreto 1337/1999, de 31 de julio, por el que se regula la remisión de información en materia de normas y reglamentaciones técnicas y reglamentos relativos a los servicios de la sociedad de la información.

También serán de interés, entre otras, las siguientes:

- Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

En España, la función legislativa en materia de promoción y ordenación del turismo recae en cada comunidad autónoma, por lo que se expone la normativa de Extremadura en este ámbito.

- Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura. Esta ley tiene por objeto el fomento, promoción y ordenación del sector turístico extremeño, y deberá ser respetada y cumplida por todos los recursos, sujetos, actividades, servicios, empresas y establecimientos que integran el sector turístico en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Decreto 120/1998, de turismo rural. Ordenación del alojamiento en el medio rural de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

En Portugal existen varias normas que regulan el turismo:

- Ley nº 33/2013 - Régimen jurídico de las Áreas Regionales de Turismo de Portugal Continental. Establece el marco legal de las áreas regionales de turismo, entre ellas Centro y Alentejo.

- Decreto Ley nº191/2009, de 17 de Agosto. Se establecen las bases de la política de turismo público como un sector estratégico.
- Decreto-Ley nº 187/2009, de 12 de Agosto. Política turística regional.
- Resolución del Consejo de Ministros nº 53/2007, de 4 de Abril. Plan Estratégico Nacional de Turismo.
- Decreto-Ley nº 54/2002 de 11.03. Establece el nuevo régimen jurídico de la instalación y funcionamiento de los establecimientos de turismo rural.
- Decreto Reglamentario nº 13/2002 de 12.03. Requisitos mínimos de las instalaciones y de funcionamiento de los establecimientos de turismo rural.
- Orden nº 1229/2001 de 25.10. Fija las tasas que serán cobradas por la Dirección General de Turismo.
- Orden nº 351/2001 de 9.4. Modifica la regulación relativa a modelos, precios, libro de reclamaciones y más.
- Orden nº 1068/97 de 23.10 y Orden nº 25/00 de 26.01. Relativas a las señales y distintivos de los establecimientos.

En materia de calidad, hay que tener en cuenta el Sistema de Calidad Turística Española desarrollado por el Instituto para la Calidad Turística Española, el cual, fue creado por la Administración en el marco del Plan Integral de Calidad del Turismo Español.

Ayudas para emprendedores/as

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se puedan solicitar. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las ayudas y subvenciones vigentes y se va actualizando constantemente. Por ello, será conveniente revisarlas en el momento de creación de la empresa para considerar cuál podrá resultar de interés para el negocio.

5.3. Análisis de la demanda

El mercado de la empresa lo van a componer dos diferentes tipos de usuarios/as:

- Por un lado, las empresas turísticas, especialmente aquellas de la zona EUROACE, que desean comercializar sus productos a través de una plataforma de comercio online.
- Por otro, la población usuaria de Internet que compra servicios turísticos.

En cuanto a las **empresas turísticas** que pueden ofertar sus servicios a través de la plataforma web, se encuentran desde hoteles, campings, restaurantes y bares de copas hasta empresas de transporte marítimo de pasajeros. En la siguiente tabla aparecen los datos acerca del número de empresas que se encuentran en Extremadura:

Servicio ofrecido	Nº empresas
Servicios de alojamiento	525
- Hoteles y alojamientos similares	218
- Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	266
- Campings y aparcamientos para caravanas	21
- Otros alojamientos	20
Servicios de comidas y bebidas	6.080
- Restaurante y puestos de comida	705
- Establecimientos de bebidas	5.154
Alquiler de vehículos de motor	54
Transporte terrestre de pasajeros	0
Transporte marítimo de pasajeros	1
Transporte aéreo de pasajeros	0
Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con las mismas	168
Actividades de creación artística y espectáculos	338
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	65
Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	814
Total	8.045

Fuente: Explotación Estadística del Directorio Central de Empresas. INE.

Los datos acerca de estas mismas empresas en las dos regiones lusas que forman parte de la zona EUROACE aparecen en la siguiente tabla:

Servicios ofrecidos	Nº empresas Centro	Nº empresas Alentejo
Servicios de alojamiento	1.727	712
- Establecimientos hoteleros	1.015	322
- Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	657	367
- Campings y aparcamientos para caravanas	32	14
- Otros alojamientos	23	9
Servicios de restauración	15.859	6.304
- Restaurantes	5.439	1.996
- Establecimientos de bebidas	10.238	4.249
Actividades de teatros, música, danza y otras actividades artísticas y literarias	3.086	876
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	44	17
Actividades deportivas, de diversión y recreativas	1.572	531
Transporte terrestre de pasajeros	2.011	589
Transporte marítimo de pasajeros	12	0
Transporte de pasajeros por vías navegables interiores	4	4
Transporte aéreo de pasajeros	3	1
Total	24.318	9.034

Fuente: Directorio de empresas por localización geográfica y actividad económica, 2012. INE.

Entre las tres regiones suman un total de 41.397 empresas turísticas que pueden contratar los servicios de esta empresa. Evidentemente, no todas podrán formar parte de la clientela de la empresa, puesto que habrá algunas cuyos objetivos sean la venta exclusiva a través de sus propias páginas web o de sus establecimientos físicos.

En España el total de empresas de este sector es de 422.112 y en Portugal de 122.255.

En un principio, la empresa dirigirá sus esfuerzos comerciales principalmente a las empresas que utilizan internet de entre las 8.045 de Extremadura y las 33.352 de Alentejo y Centro, así como a las 544.367 que conforman el conjunto de empresas turísticas de España y Portugal.

Gracias a la Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2012-2013 del Instituto Nacional de Estadística, puede analizarse la utilización de las nuevas tecnologías por parte del sector empresarial en Extremadura:

Porcentaje de empresas que disponen de ordenadores	96,3%
Porcentaje de empresas que disponen de conexión a Internet	96,2%
Porcentaje de empresas que disponen de telefonía móvil	95,2%
Porcentaje de empresas que disponen de correo electrónico	96,2%
Porcentaje de empresas con acceso a Internet a través de Banda Ancha	97,7%
Porcentaje de empresas con conexión a Internet y página web	64%

Fuente: Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2012-2013. Instituto Nacional de Estadística.

En cuanto a la **población usuaria de Internet que compra servicios turísticos**, cabe decir que este grupo se encuentra cada vez más extendido. Cada vez son más las personas que realizan sus compras a través de la red, motivadas principalmente por los siguientes factores:

- La ubicuidad en tiempo y espacio.
- Acceder a gran cantidad de información en tiempo real y ejecutar la compra en cualquier momento.

Tal y como aparece en el apartado 4.1., la adquisición de productos y servicios turísticos es la opción más demandada entre las personas que realizan compras por Internet en Extremadura. En total, el número de personas de esta comunidad autónoma que ha comprado servicios de alojamientos de vacaciones en 2013 está en torno a las 112.377 personas; 54.332 extremeños/as han adquirido otros servicios para viajes, como billetes de transporte o alquiler de vehículos; y 57.850 personas han comprado entradas para espectáculos, tal y como refleja la Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares, del INE.

Para concretar el perfil de estas personas usuarias de Internet que realizan sus compras online, se puede acudir al Estudio de Comercio Electrónico B2C de 2012.

El perfil del/la comprador/a constante corresponde al siguiente:

- Mayoritariamente hombres.
- La edad predominante se encuentra entre los 35 y los 49 años.
- Residentes en localidades con más de 100.000 habitantes o capitales.
- De clase social alta o media-alta.
- Con mayor proporción de estudios superiores.

-
- Trabajadores/as a tiempo completo.

El perfil del/la comprador/a nuevo/a es el siguiente:

- Mayoritariamente hombres.
- Jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años y personas de mediana edad, con edades entre los 35 y 49 años.
- Residentes en localidades con más de 100.000 habitantes o capitales.
- Con estudios secundarios.
- De nivel socioeconómico medio.
- Trabajadores/as a tiempo completo y estudiantes no universitarios/as.

5.4. Análisis de la competencia

Se va a diferenciar en este apartado entre competencia directa e indirecta:

COMPETENCIA DIRECTA

La competencia directa de la empresa la formarán otras plataformas webs de información y comercialización de servicios turísticos que, aunque no se especialicen en la zona EUROACE, también cubran esta región. El número de empresas de este tipo crece anualmente, encontrando en el mercado un sinfín de entidades internacionales, europeas e incluso españolas y/o portuguesas. Algunos ejemplos son: Trivago, Booking, eDreams, etc.

Por otro lado, también forman parte de la competencia directa aquellas empresas turísticas que poseen tienda virtual, aparte de la física. Se trataría por ejemplo de hoteles con página web propia a través de la que se puedan contratar los servicios. Es común entre los/as usuarios/as acceder a una plataforma de comercialización turística y ver la oferta hotelera que presenta en un determinado territorio para, a continuación, acceder a la página web de aquel hotel que le ha resultado interesante para comprobar si presenta mejores ofertas y adquirirlas en caso afirmativo.

Otro factor a tener en cuenta son las denominadas compras agrupadas. No se trata de tiendas virtuales sino de agrupar un número determinado de compradores/as en un plazo de tiempo límite para lograr un descuento significativo en un producto o servicio concreto.

Aunque el concepto es diferente al mantenido por la empresa aquí descrita, supone una competencia en cuanto que el/la consumidor/a deja de comprar en la tienda online para comprar de manera agrupada si ve que de esta manera le sale más económica la compra. Ejemplos de ello pueden ser: Grupalia Travel, Voyage Priveé, ClicPlan Viajes, etc.

COMPETENCIA INDIRECTA

La competencia indirecta de la empresa la conformarán principalmente aquellas empresas turísticas que dispongan únicamente de tienda física. No se puede obviar que la población consumidora es aún reticente a la compra online y gran parte sigue

optando por el comercio tradicional. Por ello es necesario minimizar todos aquellos aspectos negativos que los/as consumidores/as perciben de la compra online.

Tal y como se indicó en el apartado 5.3., el número de empresas turísticas de la Eurozona en el año 2012 era de 41.397, aunque no se puede saber cuántas de estas empresas disponen de tienda virtual y cuántas no.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

En el establecimiento de precios, se ha decidido fijar la misma estrategia que la gran mayoría de plataformas de este tipo que operan en España y Portugal. Se trata de que el/la cliente/a, cuando realice el pago, lo haga directamente a la empresa vendedora. A final de cada mes, la empresa aquí descrita enviará una factura de la comisión basada en los/as clientes/as que hayan contratado los servicios. Dicha comisión será del 5% sobre el precio de venta.

De este modo, no se realizará ningún tipo de contrato de permanencia ni cuotas anuales o de registro. Las empresas que ofrezcan sus servicios en la plataforma de información y comercialización de productos y servicios turísticos solo pagarán en función de lo que vendan.

6.2. Canales de distribución

En este caso, el canal de distribución es la venta on line: toda la venta se realizará directamente al/la cliente/a final o consumidor/a a través de Internet.

Además, se instalará un teléfono de atención a la clientela, tanto para los/as consumidores/as finales como para las empresas vendedoras.

6.3. Comunicación y promoción

Estos aspectos son muy importantes a la hora de dar a conocer la empresa y todos los productos y servicios que ofrece.

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El público objetivo para esta empresa lo componen dos grupos:

- 1) Todas aquellas empresas de la Eurozona y del conjunto de España y Portugal interesadas en comercializar sus productos turísticos a través del comercio electrónico.
- 2) Todas aquellas personas usuarias de internet.

Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es el de una empresa moderna que ofrece un servicio global e innovador y que ofrece un proceso de compra electrónica totalmente fiable y seguro.

Estrategia

Las estrategias de comunicación de la empresa van a ser las siguientes:

- Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en comercializar una amplia variedad de productos turísticos de calidad en los que se ofrece a los/as consumidores/as todo tipo de facilidades para la compra: inclusión de una amplia gama de fotografías, posibilidad de realizar la compra desde casa a cualquier hora del día, política de cancelación, etc.
- Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante marketing de captación, marketing directo, marketing indirecto y marketing relacional.

Acciones

Las estrategias definidas se van a poner en marcha a través de las siguientes acciones:

- Marketing de Captación. El objetivo es captar a nuevos/as clientes/as a través de la elevada calidad de los productos turísticos comercializados. Para ello, habrá que realizar una adecuada selección de las empresas que pueden vender a través de la plataforma.

- Marketing Directo. Esta acción se apoyará en los siguientes pilares:

- A través de la propia web.

- A través de publicidad en los principales buscadores y en las principales webs visitadas por el público objetivo:

- Campaña SEO:

Analiza aspectos de SEO o posicionamiento natural, cuya base es la definición de las palabras clave del negocio. El posicionamiento viene dado por cuatro factores a analizar: palabras clave, relevancia, indexabilidad y popularidad.

- Campaña SEM segmentada:

Las acciones SEO no suelen cubrir todos los objetivos de marketing online que establece la empresa, por lo que es necesario definir campañas comerciales de anuncios (SEM) con objetivos concretos, y que se integren y complementen con el resto del Plan de Comunicación.

- Campaña publicidad banners segmentada.

Las campañas anteriores serán contratadas a empresas especializadas.

- Community manager en redes sociales. Esta labor será desarrollada por una empresa subcontratada a tal efecto.

- Analítica web:

Una de las ventajas del marketing online es analizar la efectividad de las acciones emprendidas, acumuladas en el tiempo y en tiempo real, gracias a las herramientas de analítica web. La herramienta más popular de análisis web es Google Analytics, con información básica gratuita. Se creará por tanto, una cuenta en Google Analytics para seguimiento de la efectividad de las acciones emprendidas.

- Marketing Indirecto. La empresa participará en una lista preseleccionada de foros, comunidades y blogs relacionados con los diversos productos y servicios turísticos que se comercializan en la plataforma. Se seleccionará un máximo de 10 sitios de referencia para mantener activa la participación en ellos.

- Marketing Relacional. Se basa en hacer *networking* asistiendo a reuniones, exposiciones y ferias del sector del turismo, principalmente nacionales, y del sector de las nuevas tecnologías. La idea es captar clientela profesional a través de la presentación de la plataforma y de sus ventajas. Para ello, habrá ferias en las que se tenga oportunidad de poner un stand (como las relacionadas con el sector de las nuevas tecnologías o de emprendimiento) y otras en las que será ideal llevar una tableta electrónica con amplia pantalla en la que mostrar la web.

Algunas ferias de interés para la empresa serán las siguientes:

- FETUREX, la Feria del Turismo de Extremadura. Su objetivo es ser la mejor plataforma para la difusión del turismo dirigido a los/as profesionales del sector y con el objetivo fundamental de desarrollar acciones formativas y de dinamización, así como potenciar la comercialización de los distintos productos de turismo englobados en el certamen.
- FITUR, la Feria Internacional de Turismo. Punto de encuentro global para los/as profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica.
- Expo E-Commerce España. Feria destinada íntegramente al comercio electrónico. Un espacio que reúne a las mayores empresas y tiendas online con los principales proveedores de servicios e-commerce.
- FEHISPOR, Feria Multisectorial Hispanoportuguesa. Encuentro empresarial, referente de las ferias transfronterizas Ibéricas, con una amplia representación comercial del mercado portugués y español de todos los sectores. Su carácter transfronterizo lo convierte en un evento único.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

A lo largo de este apartado se van a analizar los recursos con los que va a contar la empresa.

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

Se contará con unas instalaciones suficientemente grandes para que todo el equipo de trabajo pueda desempeñar sus tareas de manera cómoda. La mejor opción para esta empresa es encontrarse localizada en un edificio de oficinas que ya esté equipado con línea de teléfono e internet, así como servicio de limpieza y mantenimiento, que se ubicará en una localidad extremeña.

La oficina tendrá 95 m² distribuidos de la siguiente forma:

- Recepción, con 15 m².
- Despacho del/la gerente, con 20 m².
- Sala diáfana, en la que trabajará el resto del equipo, con 30 m².
- Sala de reuniones, con 30 m².

La plataforma virtual será el elemento fundamental. La misma debe disponer de suficiente espacio. Además, deberá ser atractiva e intuitiva, para facilitar la navegación de los/as usuarios/as.

7.1.2. Equipamiento

- **Mobiliario y decoración.**

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad cuidando a su vez todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad y modernidad deseada para el negocio, y que resulte cómodo tanto para los/as clientes/as como para los/as trabajadores/as.

El mobiliario de la recepción constará de una mesa de mostrador, un sillón giratorio y estanterías. En el despacho del/la gerente se incluirá una mesa de despacho, un sillón de ejecutivo, 2 sillas auxiliares así como diversos armarios y estanterías. En la sala de trabajo se encontrará una mesa de trabajo y una silla para cada empleado/a, así como estanterías y armarios. Por último, la sala de reuniones estará equipada con una mesa de trabajo y al menos 5 sillas, además de muebles auxiliares.

- **Stock inicial y materiales de consumo.**

Para comenzar la actividad se necesitarán materiales de oficina tales como papel, bolígrafos, archivadores, carpetas...

- **Equipos informáticos y técnicos.**

Será necesario contar con un equipo informático completo para cada trabajador/a de la empresa (PC, impresora, scanner, webcam...), así como equipos técnicos para la captura de imágenes y grabación de vídeo.

También será imprescindible contar con todas las licencias de software necesarias para el uso de las distintas aplicaciones y programas.

7.1.3. Desarrollo productivo

El proceso comienza cuando la empresa cliente se registra en la plataforma completando un formulario con sus datos de manera gratuita.

Una vez que la empresa de la plataforma online recibe el formulario y lo acepta, conformando que se cumplan una serie de requisitos, se cargan los ficheros con los productos turísticos que se desean exponer.

Los requisitos que deben cumplir las empresas usuarias de la plataforma son los siguientes:

- Cumplir con toda la normativa establecida acerca de los productos y servicios turísticos.
- Mantener unos estándares de calidad adecuados.
- Establecer unos precios competitivos adecuados al servicio ofrecido.

Una vez que los productos y servicios turísticos ya están en la plataforma, se producirá la compra por parte de la clientela. La web ofrecerá para ello una plataforma de pago segura, facilitando en todo momento la compra.

Esta compra se realizará de la siguiente manera: en primer lugar el/la cliente/a accederá a la plataforma y visualizará los servicios ofrecidos. Una vez que haya decidido cuál o cuáles desea adquirir, habiendo observado todas sus características y su precio, hará clic en la pestaña “reservar”. Se abrirá una página en la que el/la usuario/a deberá introducir sus datos como nombre completo, dirección de correo electrónico, dirección, código postal, teléfono de contacto y número de tarjeta de pago. No se le cobrará ningún recargo por el pago con tarjeta. En ese momento se podrá abonar el total del precio de compra, una parte o nada, en función de lo que establezca la propia empresa que oferta el producto o servicio. En caso de pagar una parte, el pago restante se le deducirá el día de realización del servicio adquirido.

Una vez finalizada la compra, se le enviará a su e-mail una copia detallada de su reserva que deberá presentar en el lugar de destino (la empresa turística que ofrece el producto o servicio) para efectuar la realización del servicio contratado.

Por último, cuando se ha confirmado la reserva, se transfiere a la empresa cliente el importe de la misma. A final del mes correspondiente se le enviará una factura a la empresa vendedora con las comisiones por el servicio.

POLÍTICA DE CANCELACIONES

En general, la cancelación se podrá realizar de manera gratuita hasta un máximo de 24 horas antes de la realización del servicio.

En caso de cancelación, si el/la cliente/a ya había abonado el coste del servicio, se le devolverá.

Se dará así mismo la opción de que las empresas ofertantes cobren una comisión por cancelación pero en este caso siempre deben ofrecer alguna ventaja, como por ejemplo, una reducción en el precio del servicio.

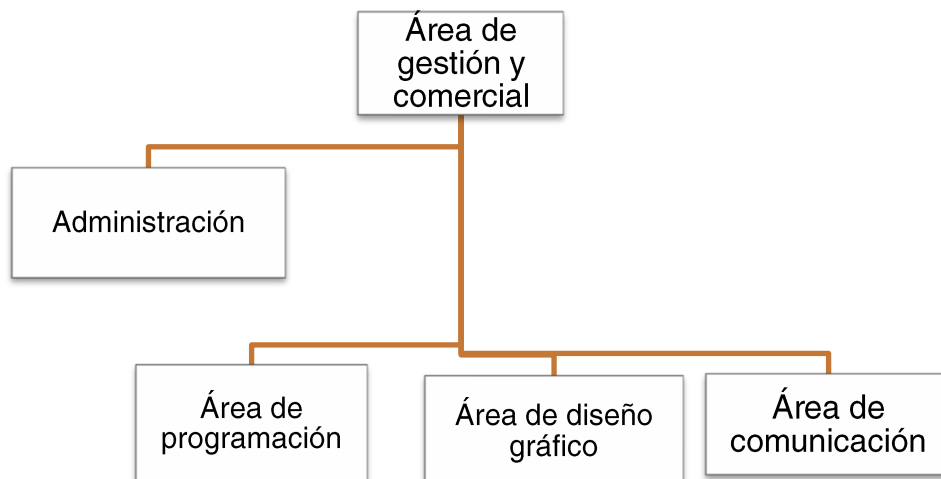
7.2. Recursos Humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

La empresa cuenta con la siguiente estructura:

- **Área de gestión y comercial:** Incluye las tareas de gerencia de la empresa y las labores comerciales y de comunicación.
- **Área de programación:** Se desarrollarán aquí las tareas de programación y soporte técnico de los/as usuarios/as.
- **Área de diseño gráfico:** Incluye los trabajos de diseño gráfico comercial así como todas las acciones multimedia que se desarrollen en la plataforma.
- **Área de comunicación.** Se encarga de la gestión de las redes sociales y del posicionamiento web. También se editarán aquí los textos de las novedades que se publiquen en la plataforma y el boletín que se envíe a los/as usuarios/as.
- **Administración.** Incluirá las tareas administrativas y contables derivadas del desarrollo de la actividad.

El organigrama de la empresa será el siguiente:



7.2.2. Descripción de puestos de trabajo

A continuación se describirán los puestos de trabajo que forman esta empresa y sus tareas:

- **Gerente:** Esta persona realizará todas las tareas de gestión de la empresa y desarrollará las tareas comerciales, así como las de comunicación. Este puesto será asumido por la persona promotora del negocio.
- **Programador/a Informático/a:** Persona encargada por una parte, de la programación y mantenimiento de la plataforma online, y por otra de las tareas de diseño multimedia requeridas por la plataforma. Esta persona tendrá la titulación universitaria de Ingeniería Informática y experiencia en el sector. Además, es importante que se trate de una persona con capacidad de aprendizaje y adaptación a las innovaciones.
- **Administrativo/a:** La persona que realice las tareas administrativas deberá tener conocimientos teóricos y prácticos en el desarrollo de sus actividades: atención a la clientela, recepción de correos, desarrollo de tareas administrativas y documentación, etc. El perfil más adecuado será el de una persona con una titulación de formación profesional de la rama administrativa.

Además, se subcontratarán los servicios de un/a Community Manager, cuyas funciones serán: crear y gestionar los perfiles en nombre de la empresa, procurando que éstos tengan uniformidad y que reflejen el espíritu de la empresa; estar atento/a a la actualidad en cuanto a turismo, especialmente de la Eurozona; y hacer crecer las comunidades en cuanto a redes sociales y foros de las que forma parte la empresa, interactuando con los/as usuarios/as.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

Selección

Para la selección de los recursos humanos se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados, de redes profesionales y de su propia web.

La selección se hará mediante entrevista personal por parte de la persona promotora del negocio en la oficina de la empresa.

Contratación

La contratación del/la programador/a informático/a se hará a jornada completa. La persona administrativa estará contratada a media jornada, en horario únicamente de mañana.

En caso de superar el volumen de trabajo previsto en los meses posteriores, se estudiará la contratación de más personal a media jornada o bien a través de subcontratación, así como la ampliación del contrato de la persona administrativa a jornada completa.

Formación

Aunque las personas que se contraten deberán estar formadas, la persona emprendedora se encargará de su aprendizaje dentro de la empresa, adquiriendo las técnicas propias en la misma y asimilando la filosofía empresarial como propia.

7.3. Forma jurídica

La empresa se constituirá bajo la forma jurídica de Sociedad Limitada Unipersonal (S.L.U.).

Se ha elegido esta forma jurídica por tener las siguientes ventajas (texto extraído del CIRCE, Centro de Información y Red de Creación de Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo):

Ventajas:

- Modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, con socios/as perfectamente identificados/as e implicados/as en el proyecto con ánimo de permanencia. Régimen jurídico más flexible que las sociedades anónimas.
- La responsabilidad de los/as socios/as por las deudas sociales está limitada a las aportaciones a capital, siendo el mínimo de 3.000 €.
- Libertad de la denominación social.
- Gran libertad de pactos y acuerdos entre los socios/as.
- Capital social mínimo muy reducido y no existencia de capital máximo.
- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio/a.
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero.
- No es necesaria la valoración de las aportaciones no dinerarias por un/a experto/a independiente, tampoco su intervención o la de un/a auditor/a en ampliaciones de capital.
- Sin límite mínimo ni máximo de socios/as.
- Posibilidad de nombrar Administrador/a con carácter indefinido.
- Posibilidad de organizar el órgano de administración de diferentes maneras sin modificación de estatutos.
- Se puede controlar la entrada de personas extrañas a la sociedad.
- No existe un número mínimo de socios/a trabajadores/as.
- Fiscalidad interesante a partir de determinado volumen de beneficio.
- Posibilidad de fijar un salario a los/as socios/as que trabajen en la empresa, además de la participación en beneficios que le corresponda.

No obstante, se deben tener en cuenta los siguientes inconvenientes:

- Restricción en la transmisión de las participaciones sociales, salvo cuando el adquirente sea un familiar del/la socio/a transmitente.
- La garantía de los/as acreedores/as sociales queda limitada al patrimonio social.
- Obligatoriedad de llevar contabilidad formal.
- Complejidad del Impuesto sobre Sociedades.
- No hay libertad para transmitir las participaciones.
- Necesidad de escritura pública para la transmisión de participaciones.
- En cuanto a la gestión, mayores gastos que el/la empresario/a individual o las comunidades de bienes o sociedades civiles.
- Prohibición de competencia al/la Administrador/a, salvo autorización de la Junta.
- Los/as socios/as siempre son identificables.
- No puede emitir obligaciones.
- No puede cotizar en Bolsa.
- La falta de ejercicio de la actividad durante tres años consecutivos es causa de disolución.

En general, en este tipo de sociedad de capital, existe la necesidad de que alguien ejerza las funciones de administrador/a de la empresa. Esta figura puede corresponderse con la función que desempeñe la persona promotora del negocio. Esta persona deberá darse de alta como autónomo/a y cotizar en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por el Gobierno de Extremadura:

<http://activacionempresarial.gobex.es/>

8. Análisis DAFO

Este apartado se va a centrar en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de este proyecto.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida. - Dificultades de tesorería. - Estructura aun poco solida. - Obsolescencia tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia de destinos. - Crisis persistente. - Aplazamiento de las inversiones en infraestructuras. - Constante crecimiento del número de empresas de comercio electrónico. - La compra tradicional sigue siendo mayoritaria en algunos segmentos del sector. - Demanda estacional.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos diferenciales. - Personal altamente cualificado. - Empresa joven y entusiasta. - Bajo nivel de inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demanda creciente. - Condiciones climáticas. - Vasto patrimonio. - Turismo como motor económico. - Crecimiento del mercado del comercio electrónico. - Redes sociales y aplicaciones móviles.

Conclusiones

Establecer estrategias de diagnósticos, para lo que se utiliza el Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar):

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida. El hecho de que la empresa aún no opere en el mercado hace que la captación de clientela sea más complicada. Este hecho se corregirá llevando a cabo acciones de promoción agresivas.
- Dificultades de tesorería. La estacionalidad de la demanda deriva en un desequilibrio de los flujos de caja de la empresa, llegando a tener picos de tesorería en los meses de mayor demanda y escasez en la temporada baja. Es

necesario promocionar aquellos servicios que desestacionalizan la demanda y ofrecer ofertas especiales en las temporadas bajas.

- Estructura aun poco solida. Al ser una empresa de nueva creación y contar con recursos escasos en el inicio, su estructura en los primeros años no será muy elevada, lo que supone una debilidad frente a las empresas que lideran el mercado y que poseen fuertes estructuras con gran capacidad. A medida que la empresa vaya creciendo lo hará también su estructura, lo que la hará cada vez más competitiva.
- Obsolescencia tecnológica. Las empresas basadas en las nuevas tecnologías sufren la rápida obsolescencia de los equipos, que tendrán una vida útil muy corta. Se podrá optar por el renting para los equipos más costosos.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Competencia de destinos. Existe un amplio grado de competencia entre destinos, tanto nacionales como internacionales. Es necesario que la empresa presente una oferta altamente competitiva para afrontar esta amenaza.
- Crisis persistente. Los efectos negativos de la crisis económica en el turismo de la Eurozona son notables. El poder adquisitivo de las personas residentes en el territorio se ha visto considerablemente reducido. Por ello, la empresa deberá fomentar la adquisición de los productos y servicios también entre la población foránea, especialmente aquella procedente de países o territorios en los que la crisis no ha tenido unos efectos tan negativos.
- Aplazamiento de las inversiones en infraestructuras. El aplazamiento de inversiones en infraestructuras de transporte y la menor disponibilidad de recursos destinados a la conservación de las existentes son una clara consecuencia de la anteriormente citada crisis económica. A pesar de este aplazamiento, la región dispone actualmente de unas infraestructuras en buen estado de conservación que la empresa puede aprovechar.
- Constante crecimiento del número de empresas de comercio electrónico. El número de empresas dedicadas al comercio electrónico minorista ha aumentado considerablemente en los últimos años, por lo que la empresa deberá diferenciar sus productos y servicios y realizar una importante campaña de promoción y comunicación.
- La compra tradicional sigue siendo mayoritaria en algunos segmentos del sector. Aunque la compra a través de la red está creciendo a un ritmo

acelerado en los últimos años, aún le queda mucho para igualar a la compra tradicional en algunos segmentos, como la reserva de servicios de restauración. Por ello, hay que hacer ver a los/as consumidores/as las ventajas de la compra a través de internet frente a la compra tradicional.

- Demanda estacional. Los servicios turísticos suelen tener una fuerte estacionalidad, con picos de demanda en el período estival (meses de verano) y de Semana Santa y Navidad, y fechas con menos demanda. Por ello, habrá que fomentar la contratación de los servicios en épocas de menor demanda mediante el lanzamiento de ofertas.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Aspectos diferenciales. La empresa cuenta entre sus modos de proceder y su filosofía con unos aspectos, como la calidad en el servicio o el servicio de devoluciones entre otros, que son muy valorados entre los/as consumidores/as y que se deben potenciar.
- Personal altamente cualificado. El equipo de trabajo de la empresa está especializado en el comercio electrónico y el turismo. Se deberá potenciar la formación interna y cuidar la política de recursos humanos.
- Empresa joven y entusiasta. El equipo de trabajo se caracteriza por ser profesionales con titulación universitaria, ideas innovadoras y ganas de trabajar. Continuar con el espíritu de trabajo e ideas innovadoras será importante para el buen desarrollo de la actividad.
- Bajo nivel de inversión. La inversión necesaria para llevar a cabo este proyecto empresarial no es muy elevada, por lo que la falta de financiación no será un inconveniente para el desarrollo de la actividad.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Demanda creciente. La demanda de productos turísticos en la Eurozona se ha incrementado de manera notable en los últimos años.
- Condiciones climáticas. La Eurozona no presenta un clima extremo que impida llevar a cabo las actividades turísticas, por lo que se podrán contratar los servicios durante todo el año.

-
- Gran patrimonio. La Eurozona dispone de un amplio patrimonio histórico, cultural y natural del que la empresa puede obtener rentabilidad.
 - Turismo como motor económico. La progresiva concepción del turismo como motor económico y fuente generadora de empleo dota al sector de un prestigio e importancia del que carecía hasta ahora.
 - Crecimiento del mercado del comercio electrónico. Alto crecimiento del mercado, ya que cada vez es más habitual la compra a través de Internet. Se deberá aprovechar este crecimiento para buscar un nicho de mercado para la empresa.
 - Redes sociales y aplicaciones móviles. Tanto las redes sociales como las app (aplicaciones para dispositivos móviles) han crecido de manera considerable en los últimos años y pueden ser un impulso comercial para la empresa. Para aprovechar esta oportunidad, se hará un uso intensivo de las redes sociales y de las app para dar a conocer y promocionar la empresa.

9. Valoración y análisis financiero

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras que su actividad y su uso es imprescindible para producir el bien o servicio.

ACTIVO MATERIAL

Conjunto de elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que se utilizan de manera continuada en la producción de bienes y servicios, y que no están destinados a la venta.

Edificios, Locales y Terrenos: La oficina en la que se va a desarrollar la actividad se encontrará en régimen de alquiler.

Uillaje y Mobiliario: El utillaje comprenderá el material de oficina necesario para iniciar la actividad (archivadores, papel, bolígrafos...). Esta partida será de 600 €.

En cuanto al mobiliario, será necesario adquirir mesas de trabajo, sillas de oficina, mesa de recepción y de reuniones, estanterías y armarios. El valor de estos elementos asciende a 2.560 €.

Equipos Informáticos: Esta partida comprenderá la adquisición de ordenadores para el personal, servidores de aplicaciones, impresoras, scanner, etc. El coste total es de 8.000 €.

ACTIVO INMATERIAL

Conjunto de bienes intangibles y derechos que permanecen en el tiempo y se utilizan en la producción de bienes y servicios.

Aplicaciones Informáticas: Inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial. Se incluyen programas ofimáticos (procesadores de textos,

hojas de cálculo, bases de datos...), y la creación de la plataforma de comercio online. El coste será de 6.000 €

Fianzas: La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades, lo que suma un total de 1.330 euros.

9.1.2. Activo corriente

Bienes y derechos necesarios para la actividad y que van a permanecer en la empresa durante un periodo inferior a un año. Se pueden considerar:

Existencias, materias primas, envases y embalajes. En este caso no será necesario asignar dinero a esta partida.

Tesorería inicial. Estimación de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante el primer año de actividad en función de los cobros y pagos que se vayan produciendo.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones		21%	0
Instalaciones		21%	0
Maquinaria		21%	0
Equipamiento		21%	0
Mobiliario	2.560	21%	2.560
Utillaje	600	21%	600
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	8.000	21%	8.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	11.160		11.160
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	6.000	21%	6.000
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.330	21%	1.330
Total Inmovilizado Inmaterial	7.330		7.330
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			18.490
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)		10%	0
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			12.627
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0		0
TOTAL INVERSION	18.490		18.490
Total IVA SOPORTADO	3.883		3.883
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	22.373		22.373
			35.000

9.2. Fuentes de financiación

A continuación se detallan las necesidades de financiación iniciales para el proyecto.

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Social	10.000
En Especie	0
Dinerario	10.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	10.000
Deudas bancarias a L/P	25.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	25.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	35.000

Para la puesta en marcha del negocio, la persona promotora del negocio va a hacer una aportación dineraria al capital de la empresa de 10.000 euros. Para cubrir el resto de necesidades de financiación, se acudirá a la solicitud de un préstamo bancario a largo plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	25.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	500
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	25.000,00
Importe de Intereses:	8.928,03
Coste total operación:	33.928,03
Cuota Mensual (a):	353,42
Cuota Anual	4.241,00
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

La demanda aquí es muy estacional, siendo los meses estivales los que concentran la mayor parte de la demanda anual. Esto debe tenerse en cuenta en la previsión de ingresos.

A través de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2013 del Instituto Nacional de Estadística puede obtenerse información acerca de las compras por internet de la población española y de los artículos que compran. Un 48,2% contratan servicios de alojamiento de vacaciones, un 44,6% adquieren otros servicios para viajes (billetes de transporte, alquiler de vehículos, reservas en establecimientos de restauración, etc.) y el 36,6% compran entradas para espectáculos (cine, teatro, conciertos, etc.).

Para la previsión de los ingresos, los cálculos se van a basar en datos del Instituto Nacional de Estadística, concretamente en la Encuesta Anual de Comercio de 2012.

La actividad que desarrolla esta empresa puede encuadrarse en el epígrafe 4791 del CNAE de 2009 (Comercio al por menor por correspondencia o por internet).

Teniendo en cuenta esto, a través de la Encuesta Anual de Comercio del Instituto Nacional de Estadística del año puede obtenerse el número de empresas para cada una de estas actividades y su cifra de negocios anual:

	4791 Comercio al por menor por correspondencia o Internet
Número de empresas	2.594
Cifra de negocios	1.313.333
Total Nacional	

Fuente: Encuesta Anual de Comercio (CNAE-2009). Año 2012. Datos económicos en miles de euros.

Según la tabla anterior, la facturación anual por empresa sería de 506.296 euros. No obstante, aquí se incluye la venta de gran variedad artículos, por lo que no es representativo. Para aproximar un poco más la previsión, se aplicará el porcentaje del 43,13%, que es la media entre el porcentaje de personas que adquieren los servicios indicados anteriormente. El resultado es de 218.365,46 euros.

Para el primer año, con idea de tomar un escenario conservador, se estimará que la empresa logre la mitad de la facturación media de este tipo de empresas, debido a que se limita la oferta de productos al territorio hispano-portugués, mientras que la mayoría

de estas empresas ofrecen destinos internacionales. Por lo tanto, la facturación estimada para el primer año corresponde a 109.182,73 euros.

En cuanto a la distribución de los ingresos entre los diferentes bienes ofertados en la plataforma, se ha distribuido teniendo en cuenta la citada anteriormente Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2013 del Instituto Nacional de Estadística. Por tanto, se ha estimado que la distribución se encuentre de la siguiente forma:

- Reserva de alojamientos de vacaciones (hoteles, apartamentos, casas rurales, etc.): 37%
- Reservas en establecimientos de restauración: 21%
- Alquiler de vehículo: 14%
- Compra de entradas para espectáculos, museos y exposiciones: 28%

Se han establecido unos precios medios para poder realizar la estimación de los ingresos.

- El precio de la reserva de alojamientos se ha establecido en 83 euros, que es el precio medio por una noche en un hotel en España, según el Índice de Precios Hoteleros de Hoteles.com.
- El precio de reserva en establecimiento de restauración se ha establecido en 20 euros.
- Para el precio de alquiler de vehículos, se ha acudido al Estudio Comparativo sobre las Tarifas de Alquiler de Vehículos realizado por FACUA-Consumidores en Acción, a través del cual se puede estimar que el precio medio de alquiler por día en España es de 78,11 euros.
- El precio medio de las entradas se ha estimado en 12 euros.

Sobre estos precios la empresa solo va a ingresar el 5%.

Las ventas se distribuirán de manera creciente a medida que se desarrolle la actividad, teniendo en cuenta que los meses de verano y Navidad, son meses con mayor actividad.

La previsión de ingresos para el negocio quedaría de la siguiente manera:

PREVISIÓN DE INGRESOS Y

HIPOTESIS DE PARTIDA	Servicio 1	Servicio 2	Servicio 3	Servicio 4
Nº medio de servicios prestados al mes	839	1.934	337	3.947
Precio medio por Servicio	4,15	1,00	3,90	0,60
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Alojamiento Vacaciones													
Nº Productos /Servicios 1	356	356	356	700	700	1.080	1.480	1.480	1.080	700	700	1.080	10.068
Precio	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15	
Ingresos	1.477,40	1.477,40	1.477,40	2.905,00	2.905,00	4.482,00	6.142,00	6.142,00	4.482,00	2.905,00	2.905,00	4.482,00	41.782,20
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reserva Restauración													
Nº Productos /Servicios 2	840	840	840	1.568	1.568	2.524	3.424	3.424	2.524	1.568	1.568	2.524	23.212
Precio	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
Ingresos	840,00	840,00	840,00	1.568,00	1.568,00	2.524,00	3.424,00	3.424,00	2.524,00	1.568,00	1.568,00	2.524,00	23.212,00
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler Vehiculos													
Nº Productos /Servicios 3	144	144	144	284	284	432	590	590	432	284	284	432	4.044
Precio	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	3,90	
Ingresos	561,60	561,60	561,60	1.107,60	1.107,60	1.684,80	2.301,00	2.301,00	1.684,80	1.107,60	1.107,60	1.684,80	15.771,60
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Entradas													
Nº Productos /Servicios 4	1.868	1.868	1.868	2.440	2.440	5.600	7.600	7.600	5.600	2.440	2.440	5.600	47.364
Precio	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	
Ingresos	1.120,80	1.120,80	1.120,80	1.464,00	1.464,00	3.360,00	4.560,00	4.560,00	3.360,00	1.464,00	1.464,00	3.360,00	28.418,40
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

INGRESOS POR VENTAS	3.999,8	3.999,8	3.999,8	7.044,6	7.044,6	12.050,8	16.427,0	16.427,0	12.050,8	7.044,6	7.044,6	12.050,8	109.184,2
Iva repercutido	840,0	840,0	840,0	1.479,4	1.479,4	2.530,7	3.449,7	3.449,7	2.530,7	1.479,4	1.479,4	2.530,7	22.928,7
Facturado a clientes	4.839,8	4.839,8	4.839,8	8.524,0	8.524,0	14.581,5	19.876,7	19.876,7	14.581,5	8.524,0	8.524,0	14.581,5	132.112,9
Cobros del periodo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cobros periodos anteriores		4.839,8	4.839,8	4.839,8	8.524,0	8.524,0	14.581,5	19.876,7	19.876,7	14.581,5	8.524,0	8.524,0	117.531,4
TOTAL COBROS	0,0	4.839,8	4.839,8	4.839,8	8.524,0	8.524,0	14.581,5	19.876,7	19.876,7	14.581,5	8.524,0	8.524,0	117.531,4

Perfil de cobro de facturas	Franja de tiempo	Porcentaje (%) de las facturas
El Porcentaje (%) del Importe facturado A CLIENTES cada mes que se COBRA en las franjas de tiempo especificadas.	1. al contado	
	2. a los 30 días	100%
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Para este tipo de negocios los costes de producción son inexistentes, ya que este negocio se encarga de la prestación de servicios a su clientela lo que implica la inexistencia de costes de producción.

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los gastos generales están compuestos por los gastos fijos de la empresa, donde se incluirán los servicios de gestión, suministros (agua, electricidad, teléfono...), los seguros, los gastos de constitución y alquileres.

Los gastos por los servicios de community manager se estiman en 800 euros mensuales y se incluyen dentro de la partida de Promoción comercial. Además, se han incluido los costes de asistencia a ferias del sector en los meses en los que se da una mayor concentración de éstas.

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Gastos variables:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos:	3.745	2.845	3.145	3.145	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	3.145	2.845	35.940
Promoción comercial	1.800	1.500	1.800	1.800	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.800	1.500	19.200
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	4.968
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	432
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros	600												600
Alquileres	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	665	7.980
TOTAL GASTOS y compras	3.745	2.845	3.145	3.145	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	3.145	2.845	35.940

Iva soportado	686	497	560	560	497	497	497	497	497	497	560	497	6.338
Total Pagos	4.431	3.342	3.705	3.705	3.342	3.342	3.342	3.342	3.342	3.342	3.705	3.342	42.278

[illegible]

Gastos de amortización

Los gastos de amortización aparecen reflejados en la siguiente tabla:

AMORTIZACIÓN CONTABLE

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	6.000	5	1.200
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.330	5	266
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			1.466
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	0	50	0
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	0	15	0
Mobiliario	2.560	15	171
Utillaje	600	4	150
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	8.000	5	1.600
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			1.921

9.6. Previsión de tesorería

A continuación se muestra el flujo de caja previsto en el primer año teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendientes de realizar:

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		0	4.840	4.840	4.840	8.524	8.524	14.581	19.877	19.877	14.581	8.524	8.524
Prestamo a Corto Plazo		6.000											
Préstamo a Largo Plazo	25.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones de los socios (Capital Social)	10.000												
TOTAL COBROS	35.000	6.000	4.840	4.840	4.840	8.524	8.524	14.581	19.877	19.877	14.581	8.524	8.524
PAGOS:													
Pagos sueldos		3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877
Pago compras y gastos generales		4.431	3.342	3.705	3.705	3.342	3.342	3.342	3.342	3.342	3.342	3.705	3.342
Pago IVA a Hacienda								3.936			7.940		
Devolución capital préstamos		187	188	189	191	192	193	194	196	197	198	200	6.201
Pago intereses	500	322	198	194	189	185	181	177	173	168	164	160	156
Pago de las inversiones	22.373	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	22.873	8.816	7.604	7.964	7.961	7.596	7.593	11.526	7.587	7.584	15.521	7.941	13.575
FLUJO DE CAJA NETO	12.127	-2.816	-2.764	-3.125	-3.122	928	931	3.055	12.290	12.293	-939	583	-5.051
SALDO FINAL DE TESORERÍA	12.127	9.311	6.547	3.422	301	1.229	2.160	5.216	17.506	29.798	28.859	29.442	24.391

Para hacer frente a los meses en los que el flujo de caja es negativo, se prevé la solicitud de un crédito a corto plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	6.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	120
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	6.000,00
Importe de Intereses:	229,93
Coste total operación:	6.229,93
Cuota Mensual (a):	519,16
Cuota Anual	6.229,93
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

A continuación aparecen la cuenta de pérdidas y ganancias, el balance de situación y la evolución en la cuenta de pérdidas y ganancias durante los primeros 5 años de actividad de la empresa.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	4.000	4.000	4.000	7.045	7.045	12.051	16.427	16.427	12.051	7.045	7.045	12.051	109.184
CONSUMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
margen bruto	0	4.000	4.000	4.000	7.045	7.045	12.051	16.427	16.427	12.051	7.045	7.045	12.051	109.184
Gastos de personal	0	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	46.522
Gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos	0	3.745	2.845	3.145	3.145	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	2.845	3.145	2.845	35.940
Amortizaciones	0	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	282	3.387
Total gastos	0	7.904	7.004	7.304	7.304	7.004	7.004	7.004	7.004	7.004	7.004	7.304	7.004	85.849
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-3.904	-3.004	-3.304	-259	41	5.047	9.423	9.423	5.047	41	-259	5.047	23.335
Gastos financieros	500	322	198	194	189	185	181	177	173	168	164	160	156	2.766
Beneficio antes de impuestos	-500	-4.226	-3.202	-3.498	-449	-145	4.866	9.246	9.250	4.878	-124	-419	4.891	20.569
IMPUESTO DE SOCIEDADES (al 15 %)														3.085
RESULTADO DEL EJERCICIO	-500	-4.226	-3.202	-3.498	-449	-145	4.866	9.246	9.250	4.878	-124	-419	4.891	17.484

El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	10.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>15.103</u>	Resultado del Ejercicio	15.736
		Reserva legal (10 % de PyG)	1.748
Adquisición del terreno	0	Subvenciones	0
Edificios y Construcciones	0	Otros (detallar)	0
Instalaciones	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>27.484</u>
Maquinaria	0		
Equipamiento	0	Préstamos bancarios a largo	20.157
Mobiliario	2.560	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>20.157</u>
Utillaje	600		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	8.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-1.921	Préstamos bancarios a corto plazo	2.518
<u>Inmovilizado material</u>	<u>9.239</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	3.936
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	3.085
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	6.000		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	1.330		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-1.466		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>5.864</u>		
Existencias, materias primas...	0		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	3.105		
Clientes	14.581		
Tesorería	24.391		
<u>Activo corriente</u>	<u>42.077</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>9.540</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>57.181</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>57.181</u>

Los datos de los ratios del proyecto para el primer año son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4,41
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	32.537,55
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	1,08
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	21,37%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,93
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	40,81%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	64%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	16%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	48
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	85.848,99

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra el nivel de actividad en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costes asociados con la venta de los servicios y se estima en 85.848,99 euros.

Las previsiones de perdidas/ganancias para los primeros cinco años son:

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	10,0%	15,0%	20,0%	30,0%
Crecimiento de la cifra de consumos	10,0%	15,0%	20,0%	30,0%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Crecimiento del Beneficio Neto	31,1%	21,5%	35,9%	40,0%

La facturación correspondiente al 100% de la media de empresas de comercio al por menor por correspondencia o Internet aplicado, a su vez, el porcentaje de personas que adquieren servicios turísticos, es de 218.365,46 euros. Si la empresa lograra esta facturación, ello significaría un incremento del 200% con respecto al primer año, lo cual resulta demasiado optimista. La empresa espera alcanzar este objetivo en el quinto año de actividad de la empresa.

Se ha previsto que los ritmos de crecimiento sigan una tendencia creciente de la siguiente forma:

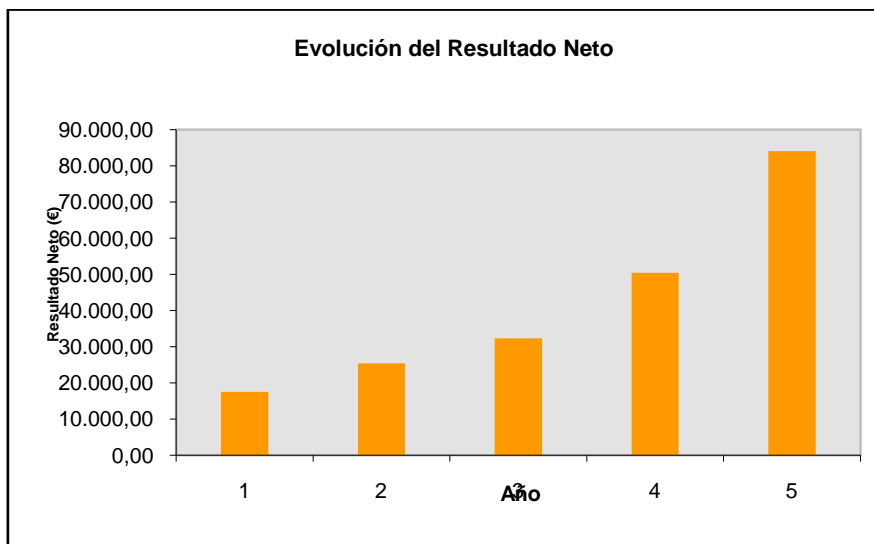
- El segundo año el crecimiento será del 10% con respecto al primer año.
- El tercer año el crecimiento será del 15% con respecto al segundo año.
- El cuarto año este porcentaje será del 20%.
- Finalmente, el quinto año, el crecimiento será del 30% hasta alcanzar el nivel de facturación de la media de empresas de comercio al por menor por correspondencia o Internet aplicado el porcentaje de personas que adquieren servicios turísticos.

Además se ha previsto un incremento en los salarios en el segundo año del 10% para compensar los bajos sueldos del primer año.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	109.184,20	120.102,62	138.118,01	165.741,62	215.464,10
Consumos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
margen bruto	109.184,20	120.102,62	138.118,01	165.741,62	215.464,10
% margen bruto sobre ventas	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Gastos de personal	46.522,32	47.452,77	48.401,82	49.369,86	50.357,26
Gastos variables mensualmente:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de activos	3.386,67	3.386,67	3.386,67	3.386,67	3.386,67
Gastos fijos:	35.940,00	36.658,80	37.391,98	38.139,82	38.902,61
Total gastos	85.848,99	87.498,23	89.180,46	90.896,34	92.646,53
Beneficio antes de impuestos e intereses	23.335,21	32.604,39	48.937,55	74.845,28	122.817,57
Gastos financieros	2.765,90	2.765,90	2.765,90	2.765,90	2.765,90
Beneficio antes de impuestos	20.569,31	29.838,49	46.171,65	72.079,37	120.051,66
IMPUESTO DE SOCIEDADES	3.085,40	4.475,77	13.851,49	21.623,81	36.015,50
RESULTADO DEL EJERCICIO	17.483,91	25.362,71	32.320,15	50.455,56	84.036,17

La gráfica de la evolución del resultado neto será la siguiente:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial.

Actualmente, las actividades que durante el presente año se van a realizar son las siguientes:

- 1 Contrato de alquiler de oficina. 1 mes.
- 2 Elaboración de la plataforma virtual. 9 meses.
- 3 Firma de acuerdos con empresas proveedoras. 6 meses.
- 4 Campaña de marketing inicial. 6 meses.
- 5 Selección de personal. 2 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												

1	Contrato alquiler oficina.
2	Elaboración de plataforma virtual.
3	Firma de acuerdos con empresas proveedoras.
4	Campaña de marketing inicial.
5	Selección de personal.

Responsable de las actividades: emprendedor/a

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definidas sus políticas de servicios y su imagen corporativa.

- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez diseñada la cartera de servicios y reclutado el personal inicial.

- Plan económico-financiero

- Aportación de la persona promotora.
- Solicitud de subvenciones.
- Búsqueda de financiación ajena.

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Información sobre requisitos y plazos de formalización.
- Solicitud de licencia de apertura.
- Contrato de alquiler de instalaciones, apertura de cuenta en entidad financiera
- Otros requisitos legales: adquisición de derechos de software.

- Fiscal

- Obtención de CIF
- Alta en censo de actividades económicas.

- Laboral

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
- Afiliación y alta de los/as empleados/as.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN: PLATAFORMA DE TURISMO

Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades que no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Autorizaciones y Comunicaciones Ambientales, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se recoge la posibilidad de que sean necesarias obras o no, no se considera la opción de calificación. (La actividad se desarrollaría en un edificio destinado a oficinas en un local de unos 95 m²).

ACTIVIDAD: Agencias de viaje (755)

755.1: Servicios a otras agencias de viaje.

755.2: Servicios prestados al público por las agencias de viajes.

Legislación:

- Decreto 119/1998 de 6 de octubre, por el que se regula el ejercicio de las agencias de viajes de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Decreto 53/2000 de 8 de marzo por el que se regula el Registro General de empresas y actividades turísticas.
- Ley 2/2011 de Desarrollo y Modernización del turismo de Extremadura.

A. Trámites Constitución de Empresa

A continuación se indican los trámites necesarios en caso de elegir como forma jurídica una Sociedad Limitada Mercantil:

1. Certificación Negativa del Nombre

Reserva en el Registro Mercantil Central del nombre de la sociedad que se desea constituir, obteniendo una certificación que acredite que dicho nombre no está

registrado con anterioridad. Este trámite es previo al otorgamiento de la escritura pública de constitución.

En el caso de que se trate de **Cooperativas** la certificación negativa del nombre se obtiene en el Registro de Sociedades Cooperativas, éste ha de informar al Registro Mercantil Central de la denominación solicitada con carácter previo a la expedición de la certificación negativa.

Documentación: Existe un impreso oficial normalizado, en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. Hay que indicar siempre a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. Se puede solicitar a través de internet: <http://www.rmc.es>.

Organismo: Registro Mercantil Central.

Plazo: Antes de ir al notario. La validez del nombre concedido es de 3 meses (Real Decreto 158/2008). Pasado este plazo sin que se haya constituido la empresa debe renovarse, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses, ya que entonces habrá caducado definitivamente.

2. Escritura Pública

Previamente, se realizará el **Ingreso del Capital Social** acordado por los socios fundadores en una Cuenta Bancaria abierta a nombre de la Sociedad. Existe un capital social mínimo exigido para cada una de las diferentes modalidades de sociedades mercantiles. Por ejemplo, para sociedades limitadas es de 3.000 € y para sociedades anónimas de 60.000 €.

Formalización pública ante notario, por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la Sociedad estableciendo los estatutos de la misma y mediante la que se asume la totalidad de participaciones sociales.

Documentación:

- Certificación negativa de la denominación acreditando la no existencia de otra Sociedad con la misma denominación.

- Estatutos sociales.
- Acreditación del desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria).

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

El objeto del Número es identificar a la Sociedad a efectos fiscales, éste ha de ser solicitado por toda persona jurídica, pública o privada, cualquiera que sea su actividad. El NIF provisional tiene una validez de 6 meses. Puede ser solicitado junto con la Declaración Censal, en el mismo modelo (036).

Documentación:

- Modelo 036 debidamente cumplimentado.
- Fotocopia de la Escritura o Contrato de Constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del DNI o NIE del firmante de la solicitud, que debe ser cargo representativo de la Sociedad o Entidad.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 30 días naturales desde la constitución de la sociedad.

4. Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios)

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.

Documentación:

- Primera Copia de Escritura en el caso de las sociedades.
- Número de Identificación Fiscal, NIF (salvo que se solicite en esta declaración).
- Modelo 036/037 (simplificado, cuando no se solicite el NIF).

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria.

5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Estos impuestos gravan las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados.

El Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, establece la exención en el impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP/AJD), en su modalidad de operaciones societarias, para la constitución de sociedades.

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

Documentación:

- Impreso necesario para la liquidación del impuesto, es el Modelo 600 facilitado por la Consejería de Economía y Hacienda.
- Primera copia y copia de la escritura de constitución de la sociedad.
- DNI o NIE del representante legal de la empresa y NIF de la sociedad.

Organismo: Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Extremadura.

Plazo: 30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública ante el notario.

6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad

A partir de este momento, la empresa tendrá personalidad jurídica plena.

Documentación:

- La Escritura Pública de constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del Número de Identificación Fiscal (NIF).

- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales. Impreso Modelo 600 cumplimentado.

Organismo: Registro Mercantil de la provincia donde se ubique la sociedad.

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

- Resguardo del Modelo 036.
- Original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la hoja de inscripción.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

El Impuesto de Actividades Económicas es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se realicen o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Documentación:

- Liquidación del impuesto. Modelo 840.
- Modelo 036/037 (simplificado) de alta en el Censo.
- NIF de la empresa.

Organismo: La solicitud de alta se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria (AEAT) y la liquidación y recaudación en el Ayuntamiento de la localidad donde se ubica la sociedad.

Tasa: Exenciones de pago:

- Personas físicas.
- Negocios con facturación inferior a 1.000.000 €
- Empresas de nueva creación en los primeros 2 años de funcionamiento.

La presentación de la declaración censal (Modelo 036) **exonera** a los sujetos pasivos exentos del IAE de la presentación de las declaraciones específicas de dicho impuesto (Modelo 840).

En el caso de empresarios individuales, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los promotores, contrato público o privado y obtención del CIF. Los pasos necesarios son:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios).

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.

La inscripción será única por cada provincia donde se tenga un centro de trabajo, salvo que en la misma provincia se ejerzan dos o más actividades sometidas a ordenanzas de trabajo distintas.

Al presentar la solicitud para abrir la cuenta de cotización inicial, la Tesorería de la Seguridad Social asignará un número ("Código de Cuenta de Cotización"), con los dos primeros dígitos del mismo referidos a la provincia en la que se encuentra el domicilio de la empresa. El empresario deberá de solicitar un Código de Cuenta de Cotización en cada una de las provincias y para cada uno de los regímenes en que realice la actividad.

Documentación: Se debe presentar el Modelo TA-6 para todos los Regímenes.

Empresario individual:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.
- Escritura de Constitución debidamente registrada, o certificado del Registro correspondiente (Libro de Actas en el caso de Comunidades de Propietarios).
- Fotocopia del DNI o NIE de quien firma la solicitud de inscripción. Documento que acredite los poderes del firmante, si no están especificados en la escritura.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Plazo: El empresario que por primera vez vaya a contratar a trabajadores, deberá solicitar su inscripción como empresa antes del inicio de la actividad.

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el empresario está obligado a solicitar el alta, la baja y a comunicar las variaciones de datos de todos sus trabajadores.

Documentación:

- Afiliación trabajadores: (Si el trabajador no tiene asignado nº propio de afiliación)
 - Fotocopia del DNI del trabajador, documento identificativo (extranjeros).

- Modelo TA1.
- Solicitud de alta:
 - Fotocopia del documento de afiliación del trabajador.
 - Fotocopia del DNI del trabajador, o documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA2/S.

Plazo: Solicitud del alta, previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes. En los casos en que no se hubiere podido prever con antelación dicha iniciación, si el día o días anteriores a la misma fueren inhábiles, o si la prestación de servicios se iniciara en horas asimismo inhábiles, deberán remitirse, con anterioridad al inicio de la prestación de servicios, por telegrama, fax o por cualquier otro medio electrónico, informático o telemático.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Alta en el régimen de Autónomos: este Régimen de la Seguridad Social será obligatorio para trabajadores por cuenta propia. Régimen opcional para socios trabajadores de Cooperativas de trabajo asociado.

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.
- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

Plazo: 30 días naturales desde la fecha de alta en Hacienda (Modelo 036).

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo.

Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.

Documentación: Formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración o en la Consejería correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Organismo: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación.

Plazo: Dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.

12. Comunicación de contratos trabajadores

Los empresarios están obligados a comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, en el plazo de los diez días hábiles siguientes a su concertación, el contenido de los contratos de trabajo que celebren o las prórrogas de los mismos, deban o no formalizarse por escrito. Dicha comunicación se realizará mediante la presentación de copia del contrato de trabajo o de sus prórrogas.

También debe remitirse a los Servicios Públicos de Empleo la copia básica de los contratos de trabajo, previamente entregados a la representación legal de los trabajadores, si la hubiese.

Actualmente la comunicación de contrato al SEXPE se puede realizar de forma telemática a través de la herramienta Contrat@ (www.extremaduratrabaja.es).

Documentación:

- Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el trabajador.
- Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los trabajadores, si lo hubiese.

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

B. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”

1. Informe de viabilidad urbanística

Con objeto de evitar una inversión inútil, es recomendable que el empresario realice una consulta previa ante el Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento correspondiente, con el fin de asegurarse que, urbanísticamente, es permisible el uso del local o terreno elegido para ubicar el negocio. También puede conseguir esta información en las Oficinas de Gestión Urbanística (OGUVAT) de la Junta de Extremadura, o a través del Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma www.ideextremadura.es (Infraestructura de Datos Espaciales de Extremadura).

Documentación: (si la consulta es en el Ayuntamiento)

- Modelo de solicitud
- Características principales y ubicación del proyecto. Plano de emplazamiento.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad, OGUVAT o IDE Extremadura.

Resultado: Cédula urbanística (cuando la consulta se hace al Ayuntamiento).

2. Solicitud de Licencia de urbanística: Licencia de obras, edificación e instalación, y licencia de usos y actividades

La Licencia Urbanística llevará implícita tanto la licencia de obras, edificación e instalación (para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento, para el ejercicio de la actividad empresarial), como la licencia de usos y actividades, que constatará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX.

Estarán sujetos a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX. Concretamente en este itinerario se puede optar por la tramitación mediante **declaración responsable**, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

Además esta actividad está afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo a la actividad comercial, por lo que esta actividad no está sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística en el caso de no superar los 500 m² de superficie útil de exposición y venta al público y obra de adaptación sin necesidad de proyecto. En este caso bastará con la presentación en el Ayuntamiento de la Declaración Responsable o Comunicación Previa y el documento de pago de las tasas correspondientes. En caso contrario se seguirá el trámite normal de solicitud de Licencia de Urbanística de obras que se describe a continuación.

Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

Documentación para iniciar el procedimiento de licencia urbanística, concesión de licencia de obras: (orientativa, depende de cada Ayuntamiento)

- Modelo normalizado de solicitud
- Presupuesto firmado por el ejecutor material de la obra, o memoria explicativa, valorada y detallada suscrita por el solicitante.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable,

así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.

- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Plazo (licencia de obras): El plazo de inicio de las obras será el previsto en la licencia de acuerdo con lo previsto en el proyecto técnico. En su defecto el plazo será de 3 meses.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de obras.

3. Declaración Responsable del inicio de la actividad

Una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.

Plazo: Una vez presentada la declaración responsable se puede iniciar la actividad.

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Normativa:

- Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).

- Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).
- Ordenanzas Municipales.

4. Adquisición y legalización del libro de visitas

De acuerdo con la legislación laboral, las empresas deberán adquirir y sellar el libro de visitas, que deben tener obligatoriamente en cada centro de trabajo aunque no empleen trabajadores por cuenta ajena, y que debe encontrarse a disposición de los funcionarios del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo. Además, podrán llevar un libro de matrícula por cada centro de trabajo, en el que se inscribirán todos los trabajadores que presten sus servicios en el mismo.

Documentación:

- Modelo oficial del Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo.
- Ficha de Empresa cumplimentada.

Organismo:

- Adquisición del libro en una librería.
- Legalización en la Inspección de Trabajo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (Jefatura Provincial).

Plazo: Se debe conservar el libro de visitas durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha de la última diligencia.

5. Solicitud Hojas de Reclamaciones

Este trámite es necesario para todas aquellas empresas que ofrezcan sus servicios o productos directamente a los consumidores. Quedan excluidas las siguientes actividades:

- La ejercida por profesionales liberales que lleven a término una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional legalmente reconocido.
- La enseñanza reglada.

- Los servicios públicos competencia de la Administración.
- La de los centros, servicios y establecimientos sanitarios públicos y privados.
- La relacionada con el suministro de gas y energía eléctrica.
- La del servicio de Telecomunicaciones.
- La de los servicios financieros.
- Entidades Aseguradoras.

Documentación: Modelo de Solicitud y copia del CIF del solicitante.

Organismo: Instituto de Consumo de Extremadura (Consejería de Salud y Política Social).

Plazo: Previo al inicio de la actividad.

B.1 Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

1. Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro Industrial

Están sujetas a este procedimiento la puesta en servicio por nueva implantación, ampliación o traslado de cualquier actividad o instalación industrial de las relacionadas en el Anexo I la Orden de 12 de diciembre de 2005, o para la instalación y puesta en funcionamiento de maquinarias, productos, aparatos o elementos sujetos a normas reglamentarias de seguridad industrial.

Con la solicitud de puesta en marcha se presenta también la solicitud de inscripción en el Registro Industrial.

Organismo: Dirección General de Industria y Energía

Documentación:

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro Industrial, según el modelo oficial que se recoge en los anexos al Reglamento de Establecimientos Industriales aprobado por el Real Decreto 697/1995, de 28 de abril.

- DNI o CIF del titular, según corresponda. DNI del representante. Escritura de constitución y estatutos sociales. Acreditación de la representación o apoderamiento.
- Proyecto Técnico firmado por técnico titulado competente y visado por su Colegio Oficial correspondiente, en su caso, o Memoria Técnica donde se recojan los datos y características de la actividad, así como la relación de máquinas (cuando proceda) cumplimentada en el modelo oficial correspondiente a la ficha técnica descriptiva de máquinas. En caso de que la Memoria Técnica, sea suscrita por un técnico titulado competente, deberá venir visada por su colegio profesional.
- En su caso, Certificado de dirección técnica, expedido por técnico titulado competente y visado por el Colegio Oficial.
- Fichas técnicas descriptivas de las características de cada una de las instalaciones que indica el interesado en la solicitud, según el modelo oficial.
- Plano de situación escala 1:10.000 y plano de emplazamiento, señalando la situación del establecimiento, instalación, maquinaria, producto, aparato o elemento sujeto a normas reglamentarias de seguridad industrial que se pretenda poner en servicio.
- En su caso documentación que acredite el cumplimiento de la legislación de medio ambiente: informe ambiental

Instalaciones objeto de este procedimiento, con las limitaciones que se indican en la Orden de 12 de diciembre de 2005:

- Instalaciones eléctricas de baja tensión.
- Instalaciones eléctricas de alta tensión.
- Instalaciones de gas.
- Instalaciones de ascensores.
- Instalaciones de grúas torre.
- Máquinas.
- Instalaciones de aparatos a presión.
- Instalaciones frigoríficos.
- Instalaciones de agua.
- Instalaciones de calefacción, climatización y ACS.
- Instalaciones de almacenamiento de productos petrolíferos líquidos.
- Instalaciones de almacenamiento de productos químicos.

- Instalaciones de protección contra incendios.

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Normativa:

- Decreto 49/2004, que regula el procedimiento para la instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos industriales.
- Orden de 12 de diciembre de 2005, que dicta las normas para la tramitación de los expedientes de instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos e instalaciones industriales.

B.2 Trámites específicos

1. Declaración responsable de inicio de actividad turística/Inscripción de oficio en el Registro General de Empresas y actividades Turísticas de Extremadura/Libro de Inspección Turística.

Para el ejercicio de esta actividad no será necesaria la autorización correspondiente de la Dirección General de Turismo de la Consejería de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Urbanismo. Se presentará la Declaración Responsable de Inicio de Actividad ante esta Dirección General, mediante la cual se declara el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa reguladora de la actividad.

Organismo: Dirección General de Turismo de la Consejería de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Urbanismo.

Documentación:

- Modelo oficial de Declaración Responsable.
- Copia del documento que acredita la existencia e identidad de la persona que realiza la declaración:
 - a) Si es persona física, Documento Nacional de Identidad, documento de identidad de estados miembros de la Unión Europea o de estados asociados al Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, en caso de personas físicas de otros Estados, Número de Identidad para extranjeros (NIE), pasaporte o documento equivalente. Dicha documentación podrá ser recabada de oficio por la propia Consejería, entendiendo concedida la

autorización para ello, cuando se indique específicamente en el apartado siguiente.

- b) Si es persona jurídica, CIF y escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro correspondiente, así como de la representación de la persona que actúa en su nombre.
- c) En caso de sociedades civiles y comunidades de bienes, deberá aportar copia de la identificación de los integrantes, documentación acreditativa de su constitución y de la representación de la persona que actúa en su nombre.

- Documento que acredite la representación, en su caso.

Requisitos cuyo cumplimiento se declara:

- Son ciertos y completos todos los datos de la declaración responsable de cumplimiento de normativa turística.
- Que el establecimiento cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente.
- Comunicación del cambio de titularidad, cese de la actividad, cierre temporal, cambio de denominación o de cualquier otra circunstancia
- Que, en el caso de tratarse de persona jurídica, ostenta la necesaria representación, y la misma se encuentra debidamente constituida e inscrita, de conformidad con lo establecido por la normativa vigente.
- Que se dispone de título suficiente que acredita la plena disponibilidad sobre el local y dependencias anejas, para destinar el inmueble para el ejercicio de la actividad objeto de la presente declaración.
- Que al ejercer la actividad o prestar el servicio por vías electrónica, se ha señalado un dirección de correo electrónico y un número de teléfono.
- Que la actividad cuenta con las autorizaciones, permisos, licencias, y/o informes que establecen las distintas normativas sectoriales y municipales que le son de aplicación.
- Que la actividad tiene suscrita contrato de seguro de responsabilidad civil, en pleno vigor, con la cobertura suficiente y recibo acreditativo del pago.
- Si es nueva oficina principal con sede en Extremadura, resguardo acreditativo de haber depositado la fianza correspondiente en la Caja de Depósitos de la C. A. de Extremadura.

- Que se ha presentado solicitud de nombre comercial de la nueva Agencia de viajes ante la Oficina Española de Marcas y Patentes.
- Que ha abonado la tasa en Modelo 50 en concepto de Libro de Inspección.
- Que, al tratarse de inicio de actividad ha abonado la tasa en concepto de tramitación de declaración responsable y primera visita de comprobación de la veracidad de lo declarado.
- Que una vez realizada la inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas, se compromete a dar cumplimiento lo establecido en materia de hojas de reclamaciones. (*)
- Que conoce que la inexactitud, falsedad u omisión de carácter esencial en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable, o la no presentación de la misma, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho a la actividad afectada.

(*) Inscripción de oficio

Resultado:

- Presentada la declaración responsable se procederá de oficio a su inscripción en el Registro General Empresas y Actividades Turísticas de Extremadura.
- Presentada la declaración responsable se le entregará al titular el Libro de Inspección Turística, debidamente diligenciado, el cual estará a disposición de la inspección turística en todo momento, para reflejar las visitas e inspecciones que se lleven a cabo y sus circunstancias.

Normativas:

- Ley/2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura (D.O.E: nº 22 de 02-02-2011).
- Resolución de 8 de noviembre de 2011, del consejero, por la que se aprueban los modelos de declaración responsable para el inicio y ejercicio de actividades turísticas (D.O.E: nº 227 de 25-11-2011).
- Decreto 205/2012 de 15 de octubre por el que se regula el registro general de empresas y actividades turísticas de Extremadura.

11. Mapa de actividad

PLATAFORMA DE TURISMO: ACTIVIDAD INOCUA--- Agencias de Viajes (755)

