



#plandenegocio

producción multimedia

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
3.2. Perfil de la persona promotora 2	8
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	10
4.1. Características de la oferta	10
4.2. Aspectos Diferenciales.....	11
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface	12
4.4. Propiedad Industrial e intelectual	13
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	14
5.1 Características, tamaño y evolución del mercado	14
5.2. Análisis del entorno.....	17
5.3. Análisis de la demanda	20
5.4. Análisis de la competencia.....	21
6. PLAN DE MARKETING.....	23
6.1. Establecimiento de precios	23
6.2. Canales de distribución	24
6.3. Comunicación y promoción	25
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....	27
7.1. Recursos físicos.....	27
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones	27
7.1.2. Equipamiento.....	27
7.1.3. Desarrollo productivo	28
7.2. Recursos Humanos.....	30
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.....	30
7.2.2. Descripción de puestos de trabajo.....	30
7.2.3. Gestión de los recursos humanos.....	32
7.3. Forma jurídica	33
8. ANÁLISIS DAFO.....	35
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	39
9.1. Inversión inicial	39

9.1.1. Activo no corriente	39
9.1.2. Activo corriente	40
9.2. Fuentes de financiación	42
9.3. Previsiones de ingresos	44
9.4. Costes de producción	47
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal	48
9.6. Previsión de tesorería	51
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios	53
10. PLAN DE ACCIÓN	58
10.1. Planificación de actividades	58
10.2. Guía de trámites	60
11. MAPA DE ACTIVIDAD	76

1. Resumen ejecutivo

La empresa nace con el objetivo de diseñar y desarrollar productos y servicios multimedia con la finalidad de provocar un impacto en el público que lo percibe. Las características de los productos multimedia variarán en función de los objetivos de las empresa cliente así como del público final al vaya dirigido el producto.

El producto multimedia es una combinación de diversos elementos: texto, sonido, imagen, animaciones, video e interactividad, que se ofrece en un soporte digital.

Hay diferentes tipos de productos multimedia en función de la finalidad de la información y/o el medio en el cual serán publicadas. De esta forma, pueden distinguirse los siguientes tipos:

- 1) Producción multimedia educativa: El propio alumnado es el que lleva su propio aprendizaje de manera no lineal y a través de la combinación de diversos elementos multimedia. El e-learning (o teleformación) es el máximo exponente de este tipo de producción.
- 2) Producción multimedia publicitaria: Se trata de la combinación de diferentes medios enfocado a una campaña publicitaria. Este tipo de producción multimedia se ha visto revolucionado por la era digital a través de nuevas aplicaciones para tablets, móviles, desarrollo web, TDT (Televisión Digital Terrestre), hipertexto y el correo, y como elemento destacado las redes sociales como herramienta de difusión viral.
- 3) Producción multimedia comercial: Este tipo de producción multimedia tiene un objetivo esencialmente comercial: se dirige a lograr la adquisición de un determinado bien o servicio. Los productos que se incluyen aquí pueden ser muy variados, tales como: visitas virtuales, bases de datos (DB), promociones, catálogos, simuladores, páginas web, publicidad, etc. Este material se presenta en formato digital e interactivo.
- 4) Producción multimedia informativa o editorial: Está relacionada con los elementos multimedia que proporcionan información de manera masiva a los/as usuarios/as. Se incluyen en este tipo de producción multimedia las noticias, prensa, revistas electrónicas, televisión, diarios y ebooks. Esta información se mantiene actualizada al momento de los hechos, su valor informativo es primordial para conocer hechos antes que los medios de comunicación tradicionales.

La empresa que aquí se desarrolla va a moverse en el campo de la producción multimedia comercial, prestando esencialmente los siguientes tipos de servicios:

- Diseño gráfico
- Diseño web
- Presentaciones multimedia
- Alojamiento web
- Montaje y edición de vídeos y animación

Por otra parte, el sector de las nuevas tecnologías es 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.

El equipo emprendedor está formado por dos profesionales que van a constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL):

- Uno/a de los/as socios/as ocupará el puesto de responsable de programación y diseño.
- La segunda persona promotora se encargará del departamento multimedia.

Ambos/as asumirán labores de gerencia y tareas comerciales. El equipo promotor se caracteriza por estar altamente cualificado en el sector. Ambos son titulados/as universitarios/as y gozan de una vasta experiencia en su campo. Además, poseen una cartera de contactos profesionales en España y en Portugal, lo cual les facilitará la tarea comercial en los primeros años de vida del negocio.

La empresa también contará con una persona administrativa/recepcionista que se encargará de realizar las tareas administrativas derivadas del desarrollo de la actividad empresarial.

El negocio se situará en un edificio de oficinas equipado con teléfono e internet, así como servicio de limpieza y mantenimiento. La oficina estará en Extremadura y tendrá 50 m², con zonas diferenciadas: recepción, zona de trabajo y sala de reuniones.

La web de la empresa será una ventana para la clientela, por lo que es muy importante que contenga imágenes, descripciones de los servicios, casos de éxito, buenas referencias, etc.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere una inversión inicial de 18.271 € 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 24.000 €, de los que 16.000 € serán aportados por el equipo emprendedor en forma de capital social de la empresa y 8.000 € 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 (BAII) será de 10.171,72 €.** El punto de equilibrio se corresponde con un volumen de ingresos de 78.847,43 €, lo cual se logra en el mes 11 del primer año.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

La producción multimedia está hoy en día presente en todos los ámbitos de la vida. Ésta se desarrolla y avanza a medida que lo hacen las nuevas tecnologías.

Internet y la sociedad de la información han influido en todo este proceso que se ve incrementado por la aparición de las redes sociales y de las aplicaciones para móviles.

Son necesarias por tanto, empresas capaces de asumir esta labor y de ofrecer un servicio de calidad y profesional en el ámbito de la producción multimedia.

Por otra parte, tanto España como Portugal son países cuya población es usuaria habitual de las nuevas tecnologías. La era digital se impone y la demanda de productos multimedia se hace necesaria para las empresas que quieren estar presentes en el mercado.

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

En Portugal, en los últimos años, las infraestructuras ligadas al sector de las telecomunicaciones han sido substancialmente mejoradas y modernizadas, permitiendo al país situarse en una cómoda posición frente a sus socios europeos. En este área existen tres tipos de servicios: de voz (teléfono fijo y móvil); datos (acceso a Internet) y vídeo (señal de TV), y tres tipos de redes: red fija tradicional, red móvil y redes de TV vía satélite, cable y otros medios radioeléctricos.

Por este crecimiento constante del sector de las nuevas tecnologías, se demandan servicios profesionales multimedia, como los que ofrece la empresa que se plantea en este proyecto.

3. Equipo emprendedor

El equipo emprendedor está formado por dos profesionales que se asocian para constituir una sociedad limitada (S.L.).

3.1. Perfil de la persona promotora 1

Esta persona tiene 35 años y es natural de Badajoz (Extremadura). Posee una titulación en Ingeniería Informática, además de formación complementaria en diseño gráfico.

Ha trabajado durante siete años como programador de aplicaciones en una empresa multinacional estadounidense especializada en productos y servicios relacionados con internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías. De esos siete años, los tres últimos los ha realizado en una delegación de esta empresa en Portugal, por lo que conoce el mercado portugués.

Además, ha colaborado durante dos años como diseñador/a freelance para varias empresas.

Posee una cartera de contactos comerciales tanto en España como Portugal.

En cuanto a las habilidades personales, es una persona con iniciativa, capacidad de trabajo en equipo, cooperación y capacidad de decisión.

Además, domina tres idiomas: el castellano, el portugués y el inglés.

3.2. Perfil de la persona promotora 2

Esta persona tiene 33 años y es natural de Mérida (Extremadura). Cuenta con la titulación de Ingeniería Técnica en Telecomunicación especialidad en Sonido e Imagen de la Universidad de Extremadura.

Su carrera profesional se ha desarrollado en una agencia de publicidad y comunicación en Madrid, en la que ha adquirido una gran experiencia en el desarrollo de diversos productos multimedia comerciales.

Su espíritu emprendedor le ha llevado a asociarse para emprender su propio negocio en el sector.

En cuanto a las características personales, se trata de una persona con iniciativa, capacidad de trabajo en equipo y autonomía. Entre sus habilidades se encuentran la capacidad de toma de decisiones.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La actividad principal de la empresa va a consistir en diseñar y desarrollar productos multimedia dirigidos a propiciar la adquisición de un producto o servicio propiedad de la empresa cliente.

Los productos o servicios multimedia que van a integrar la oferta de la empresa son los siguientes:

PRODUCTO/SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Diseño web	Se incluyen aquí diferentes tipos de servicios: <ul style="list-style-type: none">- Diseño, realización y mantenimiento de páginas web corporativas de carácter promocional.- Comercio electrónico en tiendas virtuales y servicios on-line de pago, con transacción comercial segura.- Creación de sistemas de comunicación a través de la web y el correo electrónico.- Editores a medida y otros recursos para el mantenimiento de la sede.- Recorridos virtuales, a partir de reportajes fotográficos o vídeos digitales.
Diseño gráfico	Incluirá, entre otros, los siguientes servicios: <ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de identidad corporativa empresarial.- Catálogos comerciales.- Postales digitales.
Presentaciones multimedia	Elaboración y desarrollo de presentaciones y memorias multimedia e interactivas, para soportes digitales.
Alojamiento web	Servidor web para alojar información y servirla a la Web, transferir ficheros, disponer de correo electrónico (buzones POP y webmail). Este servicio incluye estadísticas.
Montaje de vídeos digitales y animación digital	<ul style="list-style-type: none">- Grabación y montaje de vídeo e imágenes digitales.- Creación de imágenes y objetos gráficos en movimiento.

En un futuro se podrá ampliar esta cartera a otro tipo de productos multimedia como el e-learning o la producción editorial y la producción audiovisual.

4.2. Aspectos Diferenciales

Aunque en la actualidad existen muchas empresas que prestan servicios multimedia, esta empresa presenta varios aspectos diferenciales, que se asientan sobre las siguientes características:

- Oferta variada: Esta empresa va a ofrecer una gran diversidad de servicios dentro del campo de la producción multimedia. La idea es que la clientela no tenga que buscar a varias empresas para distintos servicios multimedia, sino que se le ofrezca un servicio global.
- Servicios de calidad: El equipo con el que va a contar la empresa está integrado por profesionales con una alta cualificación y una amplia trayectoria en el campo de la producción multimedia.
- Relación calidad-precio: A pesar de que los servicios ofrecidos van a caracterizarse por un elevado nivel de calidad, se tratará de fijar una política de precios competitivos, siendo conscientes de la difícil situación económica de muchas empresas en la actualidad.
- Creatividad y tendencias: El equipo es joven y formado en las últimas tendencias que se mueven en el sector. Además, la empresa hace una clara apuesta por la creatividad y la innovación.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

La empresa pretende cubrir todas aquellas necesidades de las empresas en el terreno multimedia.

En cuanto a estas necesidades, se pueden citar las siguientes:

- Estar presentes en la red a través de una web corporativa.
- Convencer a su clientela a través de un producto multimedia innovador y creativo.
- Modernización y mejora de su imagen.
- Productos multimedia que complementen o mejoren una campaña publicitaria.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual

Todas aquellas aplicaciones para smartphones, PCs, tablets, etc., 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: 924 00 85 80.
- Avenida de Huelva nº 2. 06005, Badajoz. Teléfono: 924 01 20 58.
- Avenida General Primo de Rivera nº 2 Planta 7ª. 10071, Cáceres. Teléfono: 927 00 10 87.

Aquellas aplicaciones creadas por la empresa y registradas por la misma podrán ser empleadas por los/as clientes/as de la misma mediante acuerdo por ambas partes. Si las aplicaciones son creadas para el/la cliente/a y éste/a adquiere su propiedad, deberá ser él/ella mismo/a quien la registre si lo desea.

Sin embargo, 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

Para analizar el mercado en el que el negocio va a desarrollar su actividad hay que tener en cuenta el sector de las nuevas tecnologías y su consumo por parte de la población y el sector público.

El sector de las nuevas tecnologías es 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.

España y Portugal son países con gran consumo de productos tecnológicos, por lo que todo negocio que preste un servicio innovador y útil puede tener muchas probabilidades de cubrir un nicho de mercado.

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

En Portugal, en los últimos años, las infraestructuras ligadas al sector de las telecomunicaciones han sido substancialmente mejoradas y modernizadas, permitiendo al país situarse en una cómoda posición frente a sus socios europeos. En este área existen tres tipos de servicios: de voz (teléfono fijo y móvil); datos (acceso a Internet) y vídeo (señal de TV), y tres tipos de redes: red fija tradicional, red móvil y redes de TV vía satélite, cable y otros medios radioeléctricos.

En cuanto a los hogares portugueses, según el estudio “A Internet em Portugal 2012” de Publicaciones ObeCom, el 64% de la población se declara usuaria asidua de Internet. Además, el 88,5% de los hogares portugueses tienen teléfono móvil.

Dados estos elevados porcentajes, surge la necesidad en las empresas de modernizarse, de ofrecer una imagen actual. Es obvio que esta evolución en el sector de las nuevas tecnologías implica una tendencia de las empresas a estar presentes en la red y a ofrecer productos multimedia, como aplicaciones para móviles, vídeos de presentación en sus webs corporativas, etc.

Todo ello permite concluir que el mercado de producción multimedia ha crecido de manera exponencial paralelamente al incremento experimentado en la demanda de este tipo de servicios. Esta demanda es consecuencia de la expansión de la sociedad de la información, acelerada por la aparición de internet, en primer lugar, y por las redes sociales y las aplicaciones para móviles, en segundo lugar. Las administraciones públicas han apoyado también este proceso a través de oficinas virtuales a disposición de la ciudadanía.

Por último, cabe destacar la evolución positiva que han experimentado las empresas que se agrupan bajo epígrafes del CNAE 2009 relacionados con las actividades que se desarrollan en el sector de la producción multimedia:

Nº de empresas en Extremadura

	Total		
	2011	2012	2013
620 Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	216	214	215
631 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web	24	28	41
639 Otros servicios de información	1	0	1
741 Actividades de diseño especializado	11	17	10
	252	259	267

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE.

Esto da una idea de que, a pesar de la actual coyuntura económica, las empresas del sector están creciendo, si bien, este incremento se debe fundamentalmente a las empresas de “proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web”, que han experimentado un crecimiento exponencial entre el año 2012 y 2013.

En cuanto a las empresas en las regiones lusas de Alentejo y Centro, la tendencia ha sido también positiva, tal y como se aprecia en la siguiente tabla, tanto en aquellas empresas relacionadas con las TIC como en las relacionadas con el sector audiovisual y multimedia:

Localización geográfica	Empresas con actividades de tecnologías de información y de comunicación, TIC		
	2010	2011	2012
Centro	1.754	1.847	1.878
Alentejo	381	409	382
	2.135	2.256	2.260

Fuente: Instituto de Estadística de Portugal.

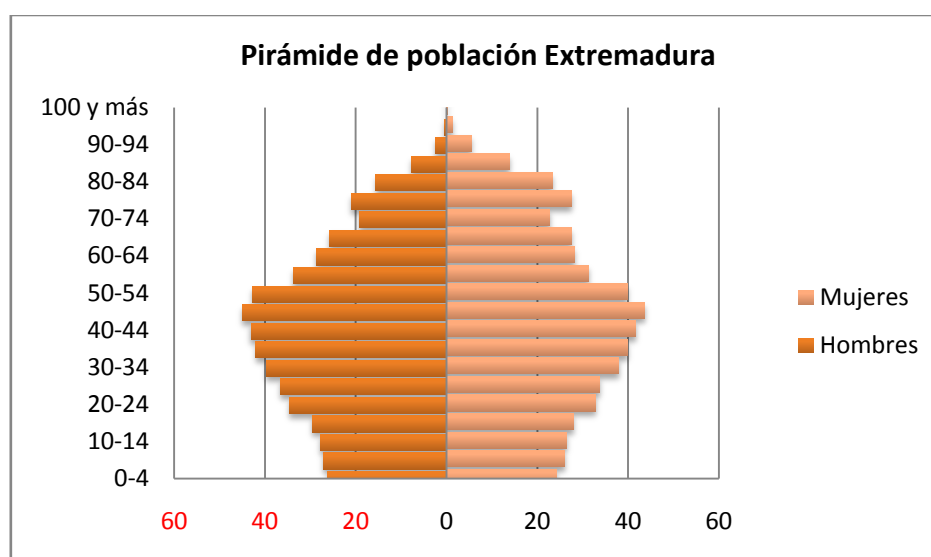
	2012			2011			2010		
	Portugal	Centro	Alentejo	Portugal	Centro	Alentejo	Portugal	Centro	Alentejo
Actividades cinematográficas, de vídeo, de producción de programas de televisión, de grabación de sonido y de edición de música	2.269	223	83	2.365	244	88	2.640	322	92
Consultoría y programación informática y actividades relacionadas	8.430	1.313	258	8.485	1.325	285	8.394	1.271	270
Actividades de servicios de información	859	143	41	820	129	39	747	117	30
TOTAL	11.558	1.679	382	11.670	1.698	412	11.781	1.710	392

Fuente: Instituto de Estadística de Portugal.

5.2. Análisis del entorno

El entorno en el que la empresa va a desarrollar su actividad muestra condiciones favorables para la puesta en marcha del proyecto empresarial. A continuación se analizan los principales datos en cuanto a demografía, uso de las nuevas tecnologías, nivel de estudios, gasto medio por familia y subvenciones que se podrán solicitar.

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.

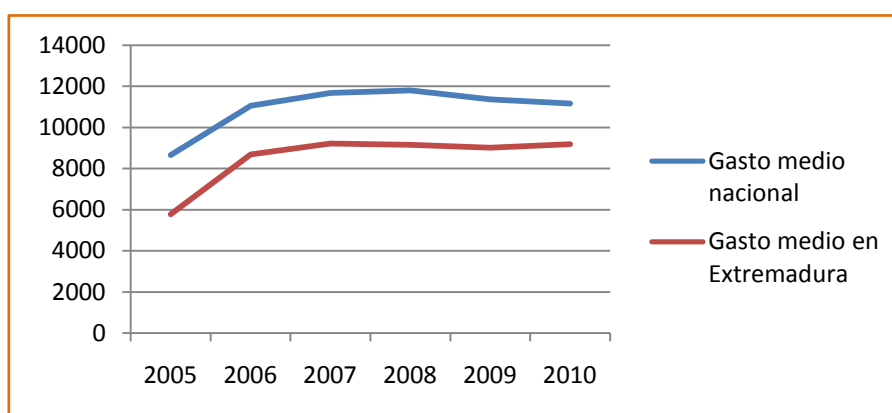
Por otra parte, la población extremeña se haya fuertemente dispersa en núcleos poblacionales relativamente pequeños o de tamaño medio, lo cual puede provocar consecuencias importantes sobre el diseño de cualquier proyecto cultural, en general, o audiovisual, en particular.

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 legislación, afectan principalmente a este negocio dos directivas de carácter comunitario:

- Directiva sobre protección de datos 95/46/CE.
- Directiva sobre privacidad electrónica 2009/136/CE, que modifica a la anterior 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 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial.
- 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.
- Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo.
- Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital local.

Ayudas para emprendedores/as

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se presentan. A través de los recursos que ofrece la web <http://activacionempresarial.gobex.es> se procederá al estudio de solicitud de líneas de ayudas y financiación a las que se pudiera optar con el ejercicio de la presente actividad.

5.3. Análisis de la demanda

El mercado de la empresa lo van a componer, esencialmente, los siguientes grupos de entidades:

- Administraciones públicas de la Eurozona. En este caso, habrá que tener en cuenta la Ley de Contratos de Sector Público, puesto que la manera de contratar exige una serie de requisitos a las empresas. Será, en principio, complicado para una empresa nueva poder optar a un contrato público puesto que no posee aún una solvencia técnica fundamentada en años de experiencia.
- Empresas de la zona Euroace principalmente, que desean incorporar productos y/o servicios multimedia a su oferta, imagen corporativa u otros. En este grupo se incluyen todo tipo de empresas.
- Agencias de comunicación y/o publicidad, que subcontratan determinados servicios multimedia.

Con respecto a las administraciones públicas, será importante atender a los anuncios de licitación que se publiquen para poder echar la solicitud. No obstante, como se ha comentado, para una empresa de nueva creación es difícil optar a estos. Por ello, en principio, no se van a tener en cuenta para el cálculo de la demanda potencial.

Por lo que respecta a las empresas de la Eurozona, en Extremadura en el año 2013, según del DIRCE, había un total de 63.353 empresas. En las regiones de Centro y Portugal, el número de empresas asciende 305.813, según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística de Portugal.

En cuanto al tercer grupo de clientela, puede cifrarse el mercado potencial de la empresa en 742 empresas.

Según la Encuesta del Sector Servicios del Instituto Nacional de Estadística, el número de empresas encuadradas dentro del epígrafe de Información y Comunicación del CNAE 2009, en el año 2011 en Extremadura fue de 558.

En el año 2012, el número de empresas que desarrollan actividades de servicios de comunicación en las regiones de Centro y Alentejo fue de 184.

5.4. Análisis de la competencia

Al analizar la competencia debe tenerse en cuenta que el sector de la producción multimedia es muy heterogéneo. Hay empresas que, no formando parte del sector, incluyen entre sus actividades servicios que podrían considerarse dentro de la producción multimedia.

Por otra parte, existe un gran número de profesionales independientes que se dedican a realizar productos multimedia. Tal es el caso de los/as diseñadores gráficos/as, informáticos/as, fotógrafos/as, etc.

En el año 2013, el número de empresas con actividades similares a las de la empresa es el siguiente:

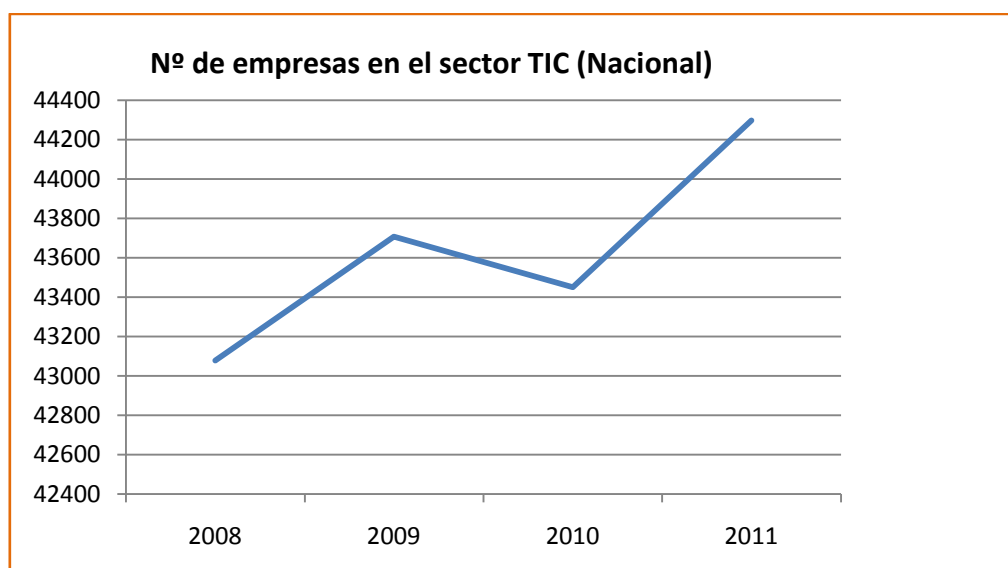
Nº de empresas en Extremadura

	2013
620 Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	215
631 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web	41
639 Otros servicios de información	1
741 Actividades de diseño especializado	10
	267

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE.

En cuanto a las empresas de comunicación, si bien suponen una demanda potencial por la posibilidad de que subcontraten los servicios que se ofrecen, también debe considerarse como un competidor directo. En el año 2011, según la Encuesta Anual de Servicios del INE, había en Extremadura un total de 558 locales, con un volumen de negocio de 530.273 miles de euros.

Por otra parte, el número de empresas que en la actualidad se dedican al sector de las nuevas tecnologías en España es muy elevado (alrededor de 45.000 empresas en la actualidad), y es uno de los pocos sectores que ha ido creciendo a pesar de la crisis económica existente, al contrario de lo que ha pasado con otros sectores que estaban más arraigados en la sociedad como pueden ser el Transporte, la Edición, etc.



Fuente: Encuesta Industrial de Empresas y Encuesta Anual de Servicios. INE.

Pese a que el número de empresas es elevado y va en aumento, se trata de un sector en constante evolución y en el que continuamente aparecen modelos de negocio con nuevos objetivos y/o nuevos productos y servicios.

En Portugal, el número de empresas dedicadas al sector TIC en 2012 fue de 12.004 empresas. En la región de Centro este número corresponde a 1.847 empresas y en Alentejo a 409 empresas, según el Instituto Nacional de Estadística de Portugal.

Por lo tanto, existe un hueco de mercado real si se ofrece un producto diferente que trate de cubrir las necesidades reales de la clientela, y que mantenga unos criterios de calidad.

Serán competencia directa por tanto, todas aquellas empresas que ofrezcan productos y servicios multimedia, a través de un servicio global.

La competencia indirecta estará conformada por todas las empresas que, aún teniendo como objeto principal una actividad diferente, integran en su oferta productos y servicios multimedia.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

El establecimiento de precios es algo complejo, puesto que cada proyecto presentará una serie de requerimientos en cuanto a personal, medios, etc.

Teniendo en cuenta los precios de las empresas de la competencia, se va a establecer un precio orientativo para el cálculo de previsión de la demanda y fijando un precio bajo para poder introducirse en el mercado.

Para cada servicio se estimará un precio medio.

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIOS MEDIOS ESTIMADOS
Diseño web	2.000 euros
Diseño gráfico	2.500 euros
Presentaciones multimedia	5.000 euros
Alojamiento web	Suele cobrarse mensualmente una tarifa plana que incluye varios servicios. Dependiendo de varios factores (espacio contratado, cuentas de email, etc.) los precios variarán entre 5 y 50 euros al mes. De esta manera, el precio medio será de 27,5 euros mensuales.
Montaje de vídeos digitales y animación digital	6.000 euros

6.2. Canales de distribución

Los canales de distribución para esta empresa son los siguientes:

- Canal corto: Venta directa a la clientela. Para ello, será muy importante la organización de visitas comerciales.
- Otros canales de venta: Ferias profesionales del sector audiovisual y del sector de nuevas tecnologías, donde se promocionarán los productos para fomentar su adquisición.

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 todas aquellas empresas interesadas en adquirir un producto o servicio multimedia, principalmente aquéllas que operan en la Eurozona.

Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es el de una empresa moderna que ofrece un servicio global e innovador incluyendo todo lo necesario para que a través de instrumentos creativos y tecnológicos puedan alcanzar sus objetivos comerciales.

Estrategia

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

- Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en crear, desarrollar y comercializar productos y servicios multimedia de calidad, por lo que la imagen corporativa de la empresa es de vital importancia. El diseño se centrará en transmitir modernidad e innovación.
- Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante un marketing one-to-one, 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 One to One. La empresa personalizará la oferta en función de las necesidades de los/as clientes/as.
- Marketing de Captación. El objetivo es captar a nuevos/as clientes/as mediante unos precios competitivos y una elevada calidad en los servicios.

- Marketing Directo. Esta acción se realizará principalmente a través de la propia web de la empresa, que incluye información, imágenes, descripciones, casos de éxito, etc., sobre los productos que se ofrecen. Además, la web también debe reflejar la imagen de la empresa y transmitir los valores de empresa joven y moderna. También se realizará la estrategia de marketing directo a través de publicidad en webs relacionadas con la producción multimedia, así como en blogs y foros.

- Marketing Indirecto. La comunicación se realiza a través de consejos y recomendaciones de terceras personas, empleando para ello redes sociales, blogs, foros...

- Marketing Relacional. Se basa en hacer *networking* asistiendo a reuniones, exposiciones y ferias, principalmente nacionales. Las ferias internacionales son muy interesantes, pero el coste es elevado para el primer año de vida de la empresa, por lo que se pospondrán para años posteriores.

Pueden destacarse las siguientes ferias:

- Sonimagfoto & Multimedia Barcelona. Feria de fotografía e imagen que se celebra en Barcelona, es el salón más importante de España de esta especialidad y el segundo de Europa. Cuenta con la presencia de las principales marcas de fotografía, electrónica de consumo, informática y artes gráficas.
- MWC Barcelona Mobile World Congress. La feria GSMA Barcelona, ofrece cada año un programa de conferencias de vanguardia impartidas por los nombres más grandes en la industria y las empresas más innovadoras.
- BIT Broadcast Madrid. Contempla la oferta tecnológica audiovisual en su más amplia perspectiva.
- C!Print Madrid. Es un nuevo evento innovador dentro de la industria de la comunicación visual.

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 deberá contar con unas instalaciones suficientemente grandes para que el equipo de trabajo desarrolle su actividad cómodamente. La mejor opción es situar la empresa en un edificio de oficinas que ya esté equipado con línea de teléfono e internet, así como servicio de limpieza y mantenimiento. En este caso, se localizará en la localidad extremeña de Badajoz.

La oficina tendrá 50 m², con zonas diferenciadas: recepción, sala diáfana para el equipo de trabajo y sala de reuniones.

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 estará compuesto por una mesa mostrador, un sillón giratorio y muebles auxiliares (sillas, estanterías...). En la sala de trabajo se incluirán mesas y sillas ergonómicas así como estanterías y armarios. En la sala de reuniones habrá una mesa de trabajo y al menos 4 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

Para cualquier proyecto multimedia, el proceso a seguir va a consistir principalmente en el esquema expuesto a continuación, si bien, el mismo podrá adaptarse en función de los requerimientos del proyecto y de las necesidades de la clientela.



Fuente: Adaptación del esquema extraído del "Estudio de Necesidades Formativas en el Sector Audiovisual de Galicia" de la Xunta de Galicia.

El proceso comienza cuando cliente/a y empresa contactan para solicitar información acerca de los servicios que se ofrecen. Se elaborará un informe donde se detallen aquellas necesidades que quiere cubrir el/la cliente/a, así como todas las especificaciones que éste/a realice. Se reunirá con el equipo de trabajo para desarrollar la propuesta y concretar ideas.

Aprobada la propuesta por parte del/la cliente/a, se desarrollará la actividad cumpliendo con los plazos y exigencias del/la cliente/a. Cuando esté finalizada esta fase, se iniciará el testeo del producto.

Una vez que el proyecto está terminado, se presentará al/la cliente/a para su revisión. En caso de que el/la cliente/a requiera nuevas modificaciones, se realizarán las mismas. En caso contrario, se dará por finalizada esta fase del desarrollo del producto/servicio.

La siguiente fase incluye asesorar al/la cliente/a para la implantación y la optimización del uso del producto o servicio. También se realizará un control para verificar el buen funcionamiento del mismo.

Por último, se ofrecerá al/la cliente/a la revisión del producto/servicio en el momento en que lo desee, al igual que la posibilidad de implementar nuevas modificaciones a medida que sus necesidades vayan cambiando.

La gestión de cobros se realizará de la siguiente manera: 60% del total presupuestado en el momento de inicio del desarrollo del producto, y el 40% restante cuando se presente el producto final al/la cliente/a y éste/a muestre su acuerdo con el mismo.

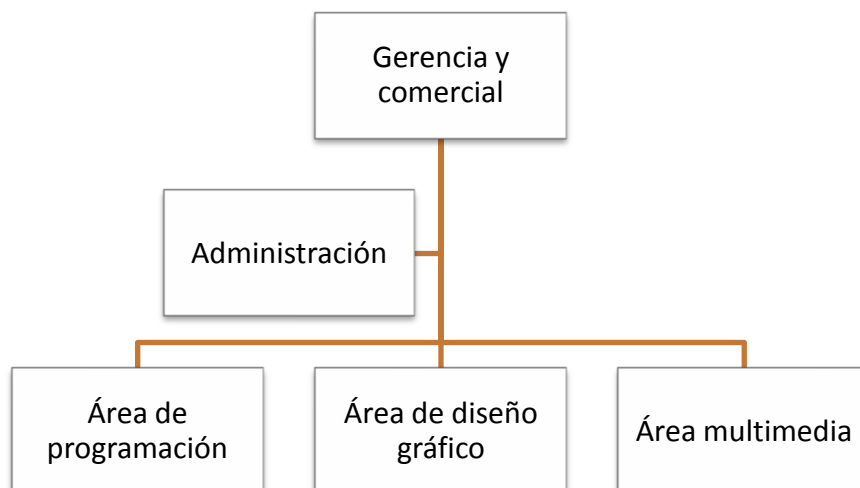
7.2. Recursos Humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

La empresa constará de las siguientes áreas:

- Gerencia y comercial: se asumirán aquí labores de coordinación del equipo de trabajo y tareas comerciales. Estas funciones serán desempeñadas por los/as dos socios/as de la empresa.
- Administración: incluirá todas las tareas administrativas y contables derivadas del desarrollo de actividad. Estas tareas se encargarán a una asesoría externa.
- Área de programación: Se desarrollarán aquí las tareas de programación.
- Área de diseño gráfico: Incluye los trabajos de diseño gráfico comercial.
- Área multimedia: Engloba todas las acciones multimedia que se desarrollen para cada proyecto.

El organigrama de la empresa tendrá la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de puestos de trabajo

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

- **Gerente:** Se ocupará de la gerencia y del área comercial. La gerencia comprenderá las tareas de administración y dirección de la empresa (control de

resultados y del área financiera, planificación de objetivos, et.). Este puesto será ocupado conjuntamente por las dos personas promotoras del negocio.

- **Responsable del área de programación y diseño gráfico: Diseñador/a de aplicaciones:** Será el/la directora/a del área de programación y diseño gráfico. Realizará las tareas de programación (realizar códigos, integrar y hacer test de prueba...) pero también realizará tareas como análisis del mercado y estudiar tendencias actuales. En el momento en que la empresa crezca, será quien coordine al personal del área. Este puesto será ocupado por la primera persona promotora del negocio.
- **Responsable del área multimedia:** Será la persona encargada de dirigir los trabajos de creación e inserción de elementos multimedia tales como imágenes, sonidos, edición de vídeos, etc. En principio, se encargará ella misma de desarrollar los trabajos. En cuanto la producción lo requiera, coordinará al personal que se integre en el equipo. Este puesto será asumido por la persona promotora 2.

Ambos/as responsables asumirán la gerencia del negocio.

- **Administrativo/a Recepcionista:** Esta persona se encargará de realizar las tareas administrativas derivadas del desarrollo de la actividad de la empresa, como apoyo a las labores de los/as gerentes. Se contratará a una persona con titulación de formación profesional en administración y con experiencia en el desarrollo de sus actividades: atención al cliente, recepción de correos, desarrollo de tareas administrativas y documentación, etc.

Además, se contratará personal profesional en función de los requerimientos de los distintos proyectos que se desarrollen.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

La empresa la forman dos socios/as que asumirán la gestión del equipo de trabajo.

Para cubrir el puesto de la persona que desarrolle las labores administrativas y de recepción se publicará la oferta de empleo en portales web. Una vez que reciban respuesta de profesionales interesados/as en el puesto, los/as emprendedores/as se pondrán en contacto con ellos/as para realizar una entrevista en la oficina de la empresa y contratar a aquella persona que más se ajuste al perfil deseado.

La persona administrativa será contratada a jornada parcial de mañana.

Para el resto de profesionales necesarios para cada proyecto se utilizarán principalmente los contactos del equipo promotor y las redes profesionales.

7.3. Forma jurídica

Esta empresa va a ser constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL). Es un tipo de sociedad de carácter mercantil en el que la responsabilidad está limitada al capital aportado. El capital estará integrado por las aportaciones del equipo promotor, dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables. Sólo podrán ser objeto de aportación social los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica, pero en ningún caso trabajo o servicios.

Características:

- ✓ El número de socios/as mínimo es de uno/a y no existe número máximo.
- ✓ La responsabilidad ante terceros/as está limitada al capital social aportado.
- ✓ Los/as socios/as pueden ser socios/as trabajadores/as o socios/as capitalistas.
- ✓ El Capital mínimo es de 3.000 euros (capital social).
- ✓ En el Objeto Social se indica la actividad o conjunto de actividades a la que se dedica la empresa. En cualquier momento se puede modificar, pero esta modificación lleva asociado un gasto administrativo en concepto de modificación de escrituras, por lo que es conveniente prever esta cuestión desde el inicio de la constitución.
- ✓ Tributación a través del Impuesto de Sociedades.

En general, en este tipo de sociedad de capital, existe la necesidad de que alguien ejerza las funciones de administrador/a de empresa. Esta figura puede corresponderse con la función que desempeñe alguno/os de los socio/s o bien contratar los servicios de un/a administrador/a externo/a. En el caso de que ejerza las funciones de administración uno/a o varios/as de los/as socios/as, deberá darse de alta como autónomo/a y cotizar en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). En el caso de administrador/a externo/a, supondrá un gasto más para la empresa.

El capital social de esta nueva empresa va a ser de 12.000 €, participando los/as socios/as en el mismo porcentaje (50%). En este caso, aunque sólo uno/a de los socios va a ser administrador, los dos van a trabajar en la empresa. Al ser las participaciones de cada uno de ellos igual o superior al 33%, tienen la obligación de darse de alta como autónomos/as y por tanto cotizar en el RETA.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del 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"> - Falta de experiencia y falta de financiación. - La empresa es desconocida. - Obsolescencia tecnológica. - Solvencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Constante crecimiento del número de empresas dedicadas al sector multimedia. - Competencia basada en precios. - Intrusismo profesional.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Empresa joven y entusiasta. - Productos y servicios novedosos. - Buen nivel de formación y calificación del equipo de profesionales. - Flexibilidad de la organización. - Capacidad de fidelización de la clientela. - Contactos profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del mercado. - Redes sociales. - Desarrollo de Nuevas Tecnologías. - Aparición de una necesidad. - Apuesta por las nuevas tecnologías en el sector público.

Conclusiones

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

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- Al ser una empresa emergente, encontrará dificultades a la hora de posicionarse en el mercado y conseguir financiación. Para corregirlo, habrá que buscar financiación en diferentes fuentes e iniciar una campaña de comunicación importante.
- Por la misma razón que en el punto anterior, la empresa es desconocida por la mayoría de clientes/as potenciales.
- Obsolescencia tecnológica. Una empresa como ésta, basada en las nuevas tecnologías, sufre una debilidad por la rápida obsolescencia de los equipos y aplicaciones. La vida útil de los productos tecnológicos es muy corta y esto puede ocasionar unos elevados costes de inversión para actualizar los

equipos. Se podrá optar por el renting para los equipos más costosos. Para tareas de impresión se subcontratará a empresas externas.

- Solvencia técnica. Es importante para una empresa como esta disponer de un dossier de los trabajos realizados. En este caso, al ser de nueva creación, no se dispone de esta información, lo que dificulta la consecución de algunos trabajos, principalmente aquellos que se licitan por administraciones públicas. Habrá que iniciar acciones comerciales de cara a conseguir los primeros proyectos.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Constante crecimiento del número de empresas dedicadas al sector multimedia. El constante crecimiento del número de empresas dedicadas al sector multimedia supone que la empresa debe mejorar la oferta de las empresas competidoras para posicionarse en el mercado. Apoyarse en otras empresas del mismo sector para crear relaciones de colaboración, en lugar de convertirse en empresas competidoras.
- Competencia en precios. Existe una multitud de profesionales independientes que ofrecen servicios multimedia a unos precios muy reducidos a fin de captar clientela. Sus bajos costes de estructura les permiten diferenciarse en precios. Por ello, para afrontar esta amenaza se debe incidir en la alta calidad de la oferta de la empresa respecto de la de estos/as profesionales.
- Intrusismo profesional. En Internet se pueden descargar plantillas de diseño o aplicaciones con sencillos tutoriales para desarrollar las aplicaciones y productos multimedia de manera sencilla. Aunque son productos muy básicos, pueden suponer un sustituto de los ofertados por la empresa. Por otra parte, este hecho unido a la sofisticación de los ordenadores personales deriva en un mayor grupo de profesionales que se dedican a este campo.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Empresa joven y entusiasta. El equipo de trabajo se caracteriza por ser profesionales con titulación universitaria, con ideas innovadoras y ganas de trabajar. Continuar con el espíritu de trabajo e ideas innovadoras del equipo.

- Productos y servicios novedosos. La empresa creará nuevas aplicaciones de new media que se ajusten a las necesidades de los/as clientes/as, lo que las hará únicas y novedosas. Además, se trata de ofrecer un servicio global que trate de cubrir todas las necesidades que la clientela pueda tener en este campo. Para mantener esta fortaleza, se promoverá la asistencia del equipo a las ferias más vanguardistas del sector.
- Buen nivel de formación y calificación del equipo de profesionales. El equipo promotor está especializado en el sector multimedia. Para mantener esta fortaleza, se potenciará la formación interna y se cuidará la política de recursos humanos, empezando por una cuidada selección.
- Flexibilidad de la organización. Las empresas de este sector ofrecen una gama amplia de servicios y productos a la medida del cliente, con una atención personalizada (el trabajo último tiene que gustar y atraer, no es algo pasajero)
- Capacidad de fidelización de la clientela. Gracias a las características de los servicios que la empresa ofrece, es posible adaptar los productos a las necesidades de la clientela, a través de una atención personalizada. Esto facilita la fidelización de la misma, con las consiguientes ventajas que esto supone en términos de rentabilidad.
- Contactos profesionales. Uno/a de los/as promotores/as del negocio posee una importante cartera de contactos profesionales gracias a su experiencia en el sector multimedia. Esto supone un valor añadido, que habrá que mantener y potenciar, incrementado esa cartera.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Crecimiento del mercado. Alto crecimiento del mercado, ya que cada vez es más común el uso de las nuevas tecnologías, tanto en el ámbito de las empresas como en el de los/las particulares. Se deberá aprovechar este crecimiento del mercado para que las empresas que contraten los servicios lo vean como una oportunidad altamente rentable.
- Redes sociales. Las redes sociales han presentado un importante crecimiento en los últimos años y pueden ser un gran motor de impulso de los servicios ofertados por la empresa. Por ello se hará un uso intensivo de las redes sociales como medio económico y de gran alcance para darse a conocer.

-
- Desarrollo de las Nuevas Tecnologías Este sector se encuentra en una evolución continua que permite ofrecer nuevos servicios a través del ordenador, teléfono móvil o la televisión, por ejemplo.
 - Aparición de una necesidad. Unido al desarrollo de las nuevas tecnologías, las empresas y las administraciones públicas sienten cada vez más la necesidad de evolucionar lo más rápido posible para ser competitivas en el mercado, en el caso de las primeras, y para hacer una gestión más eficaz a la ciudadanía en el caso de las segundas. Por ello, la demanda de productos y servicios multimedia como los que oferta la empresa, pretenden cubrir esta relativamente reciente necesidad.
 - Apuesta por las nuevas tecnologías en el sector público. Las administraciones se están modernizando aprovechando las utilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Pero además, apoyan a aquellas empresas que invierten en modernizarse. Esto es una clara oportunidad para 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.

Utillaje 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 2.000 €.

Equipamiento: Esta partida comprenderá la adquisición de equipos técnicos necesarios para la creación y desarrollo de elementos multimedia, tales como cámara de vídeo digital, cámara fotográfica réflex, tableta digitalizadora gráfica. El coste de esta partida asciende a 2.250 €.

Equipos Informáticos: Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas panorámicas, impresoras, fax, scanner, etc. El coste total es de 6.000 €.

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...), antivirus y aplicaciones para creación de páginas web y aplicaciones para el desarrollo de elementos multimedia. El coste será de 3.500 €.

Fianzas: La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades, lo que suma un total de 750 €.

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, ya que al ser una empresa de servicios no se requieren existencias iniciales.

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	2.250	21%	2.250
Mobiliario	2.000	21%	2.000
Utillaje	600	21%	600
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	6.000	21%	6.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	10.850		10.850
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	3.500	21%	3.500
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	750	21%	750
Total Inmovilizado Inmaterial	4.250		4.250
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			15.100
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)		10%	0
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			5.729
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0		0
TOTAL INVERSION	15.100		15.100
Total IVA SOPORTADO	3.171		3.171
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	18.271		18.271
			24.000

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	16.000
En Especie	0
Dinerario	16.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	16.000
Deudas bancarias a L/P	8.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	8.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	24.000

La empresa está estudiando diversas formas de obtener este dinero que se necesita a la hora de poner en marcha el proyecto. En primer lugar, el equipo promotor va a realizar una aportación inicial en forma de capital social de 16.000 €.

El resto de las necesidades de financiación, se ha previsto cubrir mediante la solicitud de un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	8.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	160
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	8.000,00
Importe de Intereses:	2.856,97
Coste total operación:	<u>10.856,97</u>
Cuota Mensual (a):	113,09
Cuota Anual	1.357,12
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

Según información proporcionada por personas expertas en el sector de las nuevas tecnologías, las empresas que comienzan a operar en el mercado suelen facturar el primer año en torno a un 50%-60% de su capacidad, incrementando su facturación en un 10% cada año si las circunstancias son favorables. Esto es muy subjetivo, puesto que está influenciado por múltiples factores tales como demanda potencial, coyuntura económica actual, servicios ofertados, eficacia comercial de la empresa, etc. Según el análisis de la demanda realizada, se tiene conocimiento de que el mercado al que se dirige el negocio es un mercado amplio que necesita de los elementos multimedia para crecer.

Para la previsión de ingresos, los cálculos se van a basar en datos del Instituto Nacional de Estadística, concretamente de la Encuesta de Servicios de 2011.

La actividad que desarrolla esta empresa puede encuadrarse en los siguientes epígrafes del CNAE de 2009:

- 620 Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática.
- 631 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web.
- 639 Otros servicios de información.
- 741 Actividades de diseño especializado.

Teniendo en cuenta esto, a través de la Encuesta de Servicios puede obtenerse el número de empresas para cada una de estas actividades y su volumen de facturación anual:

	Número de empresas	Volumen de negocio
620 Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	23.674	22.841.072
631 Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas portales web	3.577	1.467.631
639 Otros servicios de información	154	201.028
741 Actividades de diseño especializado	6.547	811.496
Total Nacional	33.952	25.321.227

Fuente: Encuesta Anual de Servicios (CNAE-2009). Año 2011. Datos económicos en miles de euros.

Según la tabla anterior, la facturación anual por empresa sería de 745.795 euros, y de 745.772 euros incluyendo la empresa de nueva creación.

No obstante, para calcular la facturación anual de esta empresa debe tenerse en cuenta las empresas con características más similares, es decir, empresas de nueva

creación y con menos de 5 empleados/as. Según fuentes expertas del sector consultadas, las empresas de nueva creación con menos de 5 empleados/as en este sector suelen facturar una media de entre 100.000 euros y 200.000 euros al año. De ello, puede deducirse que la facturación anual para este segmento de empresas se sitúa en torno al 20% de la facturación media de las empresas asentadas en el mercado, lo que equivale a unos 150.000 euros. Para una empresa como la que se describe, se supondrá que comienza operando al 60% de su capacidad, lo que equivale a 90.000 euros el primer año.

Estos cálculos, aunque no son exactos, puesto que el volumen de facturación no se distribuye equitativamente entre todas las empresas, sí suponen una aproximación que permite obtener una idea de la previsión de ingresos.

Por otra parte, la distribución de los ingresos entre los distintos servicios que se ofrecen va a ser la siguiente:

DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS					
Servicio	Precio	% Participación	Facturación anual	Nº de servicios	Facturación redondeada
Diseño Web	2.000,00	0,25	22.500,00	11	22.000,00
Diseño gráfico	2.500,00	0,25	22.500,00	9	22.500,00
Presentaciones multimedia	5.000,00	0,30	27.000,00	5	25.000,00
Alojamiento web	27,50	0,10	9.000,00	327	8.992,50
Montaje vídeos y animación	6.000,00	0,10	9.000,00	2	12.000,00
Facturación 60%		1	90.000,00	354	90.492,50
Facturación 100%			150.000,00		

Los servicios se distribuirán de manera creciente a medida que se desarrolle la actividad.

La contratación del servicio 5, que en el primer año será de dos servicios, se estimará uno en el mes de abril y otro en el mes de septiembre, meses en los que la empresa ha podido darse a conocer y su campaña comercial ha comenzado a dar sus frutos.

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	Servicio 5
Nº medio de servicios prestados al mes	1	1	0	27	0
Precio medio por Servicio	2.000,00	2.500,00	5.000,00	27,50	6.000,00
IVA repercutido	21%	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
Diseño Web													
Nº Productos /Servicios 1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Precio	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
Ingresos	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	<u>22.000,00</u>
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
Diseño gráfico													
Nº Productos /Servicios 2				1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Precio	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
Ingresos	0,00	0,00	0,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	<u>22.500,00</u>
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
Presentaciones multimedia													
Nº Productos /Servicios 3				1		1		1		1		1	5
Precio	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	
Ingresos	0,00	0,00	0,00	5.000,00	0,00	5.000,00	0,00	5.000,00	0,00	5.000,00	0,00	5.000,00	<u>25.000,00</u>
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
Alojamiento web													
Nº Productos /Servicios 4	0	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	52	327
Precio	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	
Ingresos	0,00	137,50	275,00	412,50	550,00	687,50	825,00	962,50	1.100,00	1.237,50	1.375,00	1.430,00	<u>8.992,50</u>
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
Montaje vídeos y animación													
Nº Productos /Servicios 5				1					1				2
Precio	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	
Ingresos	0,00	0,00	0,00	6.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.000,00	0,00	0,00	0,00	<u>12.000,00</u>
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	0,0	2.137,5	2.275,0	15.912,5	5.050,0	10.187,5	5.325,0	10.462,5	11.600,0	10.737,5	5.875,0	10.930,0	<u>90.492,5</u>
Iva repercutido	0,0	448,9	477,8	3.341,6	1.060,5	2.139,4	1.118,3	2.197,1	2.436,0	2.254,9	1.233,8	2.295,3	19.003,4
Facturado a clientes	0,0	2.586,4	2.752,8	19.254,1	6.110,5	12.326,9	6.443,3	12.659,6	14.036,0	12.992,4	7.108,8	13.225,3	<u>109.495,9</u>
Cobros del periodo	0,0	1.551,8	1.651,7	11.552,5	3.666,3	7.396,1	3.866,0	7.595,8	8.421,6	7.795,4	4.265,3	7.935,2	65.697,6
Cobros periodos anteriores		0,0	1.034,6	1.101,1	7.701,7	2.444,2	4.930,8	2.577,3	5.063,9	5.614,4	5.197,0	2.843,5	38.508,3
TOTAL COBROS	<u>0,0</u>	<u>1.551,8</u>	<u>2.686,2</u>	<u>12.653,6</u>	<u>11.368,0</u>	<u>9.840,3</u>	<u>8.796,7</u>	<u>10.173,1</u>	<u>13.485,5</u>	<u>13.409,8</u>	<u>9.462,2</u>	<u>10.778,7</u>	<u>104.205,8</u>

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	60%
	2. a los 30 días	40%
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Debido a la naturaleza de la empresa y el tipo de servicio que ofrece, no será necesario calcular los costes de producción.

La empresa ofrece servicios multimedia, por lo que los recursos necesarios para la prestación de estos servicios serán en primer lugar la mano de obra, y en segundo los costes fijos que no varían mensualmente, como son el alquiler de la oficina, los suministros, etc. Todos estos costes aparecen detallados en el punto 9.5., donde aparece la previsión de gastos generales y de gastos de personal.

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 gestoría, suministros (agua, electricidad, teléfono...), los seguros, los gastos de constitución y alquileres.

Como gastos variables debe incluirse el coste de los/as profesionales independientes que se van a subcontratar para determinados proyectos. Los gastos variables relacionados con el servicio de montaje de vídeos se estiman en un coste medio del 30% de los ingresos por este servicio. Para el resto de servicios, el coste estimado de los costes variables es de un 10%. Este porcentaje incluye materiales, impresión, CD,s, etc.

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	214	228	2.791	505	1.019	533	1.046	2.360	1.074	588	1.093	11.449
Subcontrataciones servicio 5	0	0	0	1.800	0	0	0	0	1.800	0	0	0	
Gastos variables servicios 1, 2 y 3	0	214	228	991	505	1.019	533	1.046	560	1.074	588	1.093	
Gastos fijos:	1.975	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	15.450
Promoción comercial	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
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...)	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	3.840
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros	750												750
Gastos I+D													0
Alquileres	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4.500
Otros	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
TOTAL GASTOS y compras	1.975	1.439	1.453	4.016	1.730	2.244	1.758	2.271	3.585	2.299	1.813	2.318	26.899
Iva soportado	337	224	227	766	286	393	291	399	675	405	303	409	4.716
Total Pagos	2.312	1.663	1.680	4.782	2.016	2.637	2.049	2.671	4.260	2.704	2.115	2.727	31.616

Gastos de personal

Los gastos de personal aparecen reflejados en la siguiente tabla:

GASTOS DE PERSONAL

[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	3.500	5	700
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	750	5	150
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			850
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	0	50	0
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	2.250	15	150
Mobiliario	2.000	15	133
Utillaje	600	4	150
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	6.000	5	1.200
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			1.633

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:

FLUJOS DE CAJA

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	1.552	2.686	12.654	11.368	9.840	8.797	10.173	13.485	13.410	9.462	10.779
Prestamo a Corto Plazo		9.300											
Préstamo a Largo Plazo		8.000											
Subvenciones cobradas		0											
Otros (detallar)		0											
Aportaciones de los socios (Capital Social)		16.000											
TOTAL COBROS	24.000	9.300	1.552	2.686	12.654	11.368	9.840	8.797	10.173	13.485	13.410	9.462	10.779
PAGOS:													
Pagos sueldos		4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245
Pago compras y gastos generales		2.312	1.663	1.680	4.782	2.016	2.637	2.049	2.671	4.260	2.704	2.115	2.727
Pago IVA a Hacienda								5.097			4.386		
Devolución capital préstamos		60	60	61	61	61	62	62	63	63	63	64	9.364
Pago intereses		160	294	103	98	93	88	83	74	69	64	59	53
Pago de las inversiones		18.271	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	18.431	6.910	6.071	6.083	9.181	6.410	7.027	11.531	7.052	8.637	11.461	6.483	16.390
FLUJO DE CAJA NETO	5.569	2.390	-4.519	-3.397	3.473	4.958	2.813	-2.734	3.122	4.849	1.949	2.980	-5.611
SALDO FINAL DE TESORERÍA	5.569	7.959	3.440	43	3.515	8.473	11.286	8.552	11.673	16.522	18.471	21.450	15.839

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	9.300
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	186
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	9.300,00
Importe de Intereses:	356,38
Coste total operación:	<u>9.656,38</u>
Cuota Mensual (a):	804,70
Cuota Anual	9.656,38
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

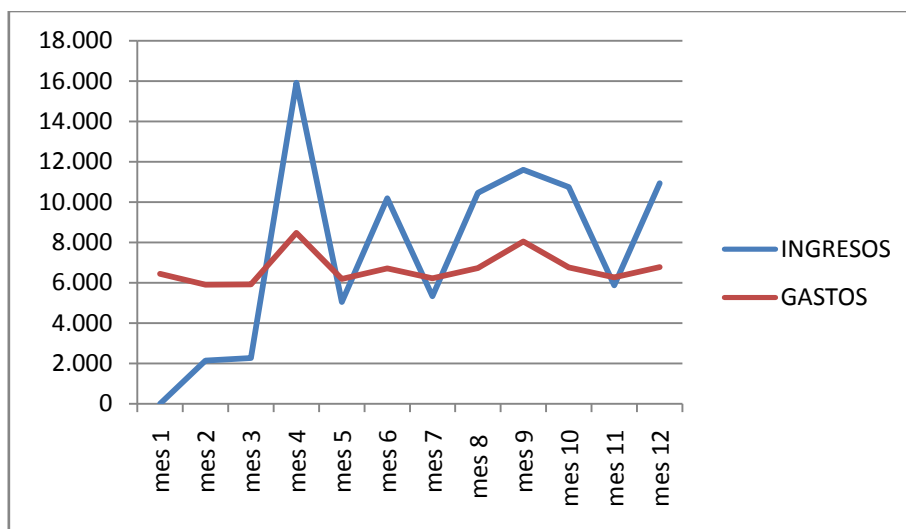
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

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	0	2.138	2.275	15.913	5.050	10.188	5.325	10.463	11.600	10.738	5.875	10.930	90.493
CONSUMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
margen bruto	0	0	2.138	2.275	15.913	5.050	10.188	5.325	10.463	11.600	10.738	5.875	10.930	90.493
Gastos de personal	0	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	4.245	50.938
Gastos variables	0	0	214	228	2.791	505	1.019	533	1.046	2.360	1.074	588	1.093	11.449
Gastos fijos	0	1.975	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225	15.450
Amortizaciones	0	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	2.483
Total gastos	0	6.427	5.891	5.904	8.468	6.182	6.696	6.209	6.723	8.037	6.751	6.264	6.770	80.321
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-6.427	-3.753	-3.629	7.444	-1.132	3.492	-884	3.739	3.563	3.987	-389	4.160	10.172
Gastos financieros	160	294	103	98	93	88	83	79	74	69	64	59	53	1.315
Beneficio antes de impuestos	-160	-6.720	-3.856	-3.727	7.351	-1.220	3.409	-963	3.666	3.495	3.923	-448	4.107	8.856
IMPUESTO DE SOCIEDADES (al 15 %)														1.328
RESULTADO DEL EJERCICIO	-160	-6.720	-3.856	-3.727	7.351	-1.220	3.409	-963	3.666	3.495	3.923	-448	4.107	7.528

Al tratarse de una empresa de nueva creación, los dos primeros ejercicios que se obtengan beneficios, se tributará en el Impuesto de Sociedades al 15%.



A continuación aparece el balance final del primer año de actividad de la empresa:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	16.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>12.617</u>	Resultado del Ejercicio	6.775
		Reserva legal (10 % de PyG)	753
Adquisición del terreno	0	Subvenciones	0
Edificios y Construcciones	0	Otros (detallar)	0
Instalaciones	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>23.528</u>
Maquinaria	0		
Equipamiento	2.250	Préstamos bancarios a largo	6.450
Mobiliario	2.000	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>6.450</u>
Utilaje	600		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	6.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-1.633	Préstamos bancarios a corto plazo	806
<u>Inmovilizado material</u>	<u>9.217</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	4.667
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	1.328
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	3.500		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	750		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-850		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>3.400</u>		
Existencias, materias primas...	0		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	3.033		
Clientes	5.290		
Tesorería	15.839		
<u>Activo corriente</u>	<u>24.162</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>6.801</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>36.779</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>36.779</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	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,55
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	17.361,35
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0,56
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	11,24%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	2,78
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	27,66%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	32%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	8%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	21
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	78.847,43

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio, que se define como el punto en que los ingresos totales recibidos se igualan a los costes asociados con la venta de los servicios. Si el servicio se vende en mayores cantidades que las que arroja el punto de equilibrio, la empresa percibirá beneficios. En este caso, esta cifra corresponde a 78.847,43 euros.

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

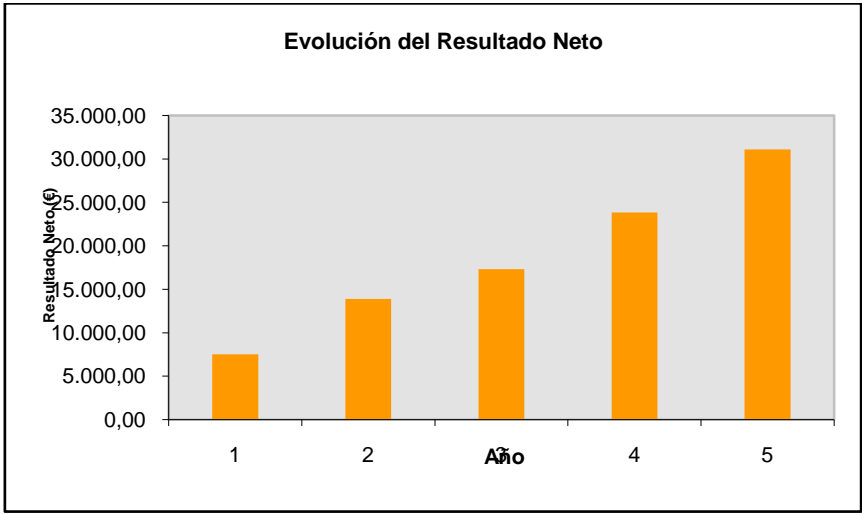
	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	10%	10%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de consumos	10%	10%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	47%	20%	28%	24%

Para calcular la estimación de los ingresos en los primeros 5 años de actividad de la empresa, se ha establecido que la empresa aumenta sus ventas cada año en un 10%, tal y como suele ocurrir con las empresas del sector, como se comentó en el apartado de previsión de ingresos. Esto se debe a que la empresa ya es conocida en el sector, y cada vez son más los/as clientes/as que acuden a ella para adquirir los diferentes productos y servicios ofertados.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	90.492,50	99.541,75	109.495,93	120.445,52	132.490,07
Consumos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
margen bruto	90.492,50	99.541,75	109.495,93	120.445,52	132.490,07
% margen bruto sobre ventas	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Gastos de personal	50.938,20	51.956,96	52.996,10	54.056,03	55.137,15
Gastos variables mensualmente:	11.449,25	11.678,24	11.911,80	12.150,04	12.393,04
Amortización de activos	2.483,33	2.483,33	2.483,33	2.483,33	2.483,33
Gastos fijos:	15.450,00	15.759,00	16.074,18	16.395,66	16.723,58
Total gastos	80.320,78	81.877,53	83.465,42	85.085,06	86.737,09
Beneficio antes de impuestos e intereses	10.171,72	17.664,22	26.030,51	35.360,46	45.752,98
Gastos financieros	1.315,50	1.315,50	1.315,50	1.315,50	1.315,50
Beneficio antes de impuestos	8.856,22	16.348,72	24.715,01	34.044,96	44.437,48
IMPUESTO DE SOCIEDADES	1.328,43	2.452,31	7.414,50	10.213,49	13.331,24
RESULTADO DEL EJERCICIO	7.527,79	13.896,41	17.300,51	23.831,47	31.106,24

La gráfica de evolución del resultado neto es:



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 cartera de productos. 6 meses.
- 3 Campaña de marketing inicial. 6 meses.
- 4 Selección personal administrativo. 2 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

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

1	Contrato alquiler oficina.
2	Diseño de cartera de productos.
3	Campaña de marketing inicial.
4	Selección personal administrativo.

Responsable de las actividades:

Promotor/a 1: se responsabilizará de las actividades 1 y 4.

Promotor/a 2: Actividades 2 y 3.

- Plan comercial:

La empresa ya tiene definidas su política de servicios y su imagen corporativa, los cuales va a potenciar a través de la web corporativa.

- Plan de operaciones:

Las operaciones comenzarán una vez alquiladas las instalaciones, seleccionado el personal y establecida la cartera de productos.
- Plan económico-financiero:
 - Aportación de los/as emprendedores/as.
 - Solicitud de subvenciones.
 - Búsqueda de financiación ajena.
- Plan de legalización de actividades
 - Jurídico:
 - La forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada 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.
 - Liquidación del Impuesto de Sociedades.
 - Laboral:
 - Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
 - Afiliación y alta del/la empleado/a.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN: PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

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, sin opción a calificación urbanística, se trataría de una adaptación de un local de 50 m² destinado a oficinas.

ACTIVIDAD: Producción multimedia

La actividad podría encuadrarse en este epígrafe:

845. *Explotación electrónica por cuenta de terceros.*

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 NIF. 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.

A. 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.

Plazo:

Antes de iniciar cualquier otro trámite.

Resultado:

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

2. Comunicación previa de obra

Están sujetos a comunicación previa de obras, los actos contemplados en el artículo 172 de la Ley 15/2001, LSOTEX. El promotor de los actos, las operaciones y las actividades a los que sea aplicable el artículo anterior, deberá comunicar su realización al menos quince días naturales antes del comienzo de ésta.

Si transcurridos 15 días naturales desde la presentación de la comunicación el Ayuntamiento no se pronuncia al respecto, el promotor podrá iniciar los actos notificados.

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

Documentación:

- Modelo de comunicación previa.
- Memoria descriptiva de los actos y actividades a realizar.
- Copia de las autorizaciones preceptivas.

Organismo:

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

Plazo:

15 días naturales desde la presentación de la comunicación

Resultado:

Inicio de las obras

Normativa:

- Ley 15/2001, de 14 de diciembre, del Suelo y Ordenación Territorial de Extremadura.

3. Declaración responsable inicio de actividad

Los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX, están sujetos a licencia de usos y actividad. Sin embargo, para las actividades no sujetas a autorizaciones ambientales, la presentación de la **Declaración Responsable de inicio de actividad será suficiente**, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

Además, en el caso que esté afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, por la Ley 12/2012, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, y por sus modificaciones posteriores, **bastará con la presentación de la Declaración Responsable de Inicio de Actividad cuando la superficie útil de exposición y venta al público no supere los 750 m².**

En estos casos, una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad

Documentación:

- Modelo de Declaración Responsable.

Organismo:

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

Plazo:

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

Resultado:

Inicio de la actividad

Normativa:

- Ordenanzas municipales.
- Ley 15/2001, LSOTEX.
- Ley 12/2010, de Impulso al Nacimiento y la Consolidación de Empresas.

- 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).
- Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial
- Ley 12/2012, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios

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.

Resultado:

Legalización del libro de visitas

Normativa:

- RESOLUCIÓN de 11 de abril de 2006, de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, sobre el Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (BOE Nº 93 de 19 abril de 2006).
- Ley 42/1997, de 14 de noviembre, ordenadora de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

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 Sociosanitaria).

Plazo:

Previo al inicio de la actividad

Resultado:

Adquisición de hojas de reclamaciones

Normativa:

Decreto 144/2006, de 25 de julio, por el que se regulan las hojas de reclamaciones en materia de consumo, en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

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

Exceptuando aquellos establecimientos e instalaciones industriales minoritarios que de acuerdo con su normativa específica necesiten con carácter previo a su puesta en funcionamiento la obtención de autorización administrativa del Órgano competente de la Consejería titular en materia de industria del Gobierno de Extremadura (Grupo I Decreto 49/2004), el promotor presentará la correspondiente la puesta en servicio de sus instalaciones siguiendo la Orden 12 de Diciembre 2005, que a continuación se describe:

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.

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.

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

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.

Organismo:

Dirección General de Industria y Energía.

Plazo:

Antes del inicio de la actividad.

Resultado:

Puesta en servicio de instalaciones sometidas a reglamentos de seguridad industrial e inscripción en Registro Industrial.

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.

11. Mapa de actividad

PRODUCCIÓN MULTIMEDIA : ACTIVIDAD INOCUA– (Explotación electrónica por cuenta de terceros , Epígrafe IAE 845)

