



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PLAN DE NEGOCIO DE UNA *START-UP* TECNOLÓGICA

Autora: Hormigo López, Patricia

Director: Aymo, Mahmoud

Coordinadoras: Giménez Abad, María Jesús; Coronado Vaca, María;
Fernández Triviño, Laura

Resumen

Este trabajo desarrolla un plan de negocio de una *start-up* tecnológica, cuya idea de negocio se centra en el asesoramiento a empresas de nueva creación, pequeñas y medianas empresas sobre la localización óptima de su nuevo establecimiento. El documento explica el *modus operandi* de la prestación de este servicio, que se basará en el análisis y tratamiento de información pública, información privada e información empresarial del cliente al que la *start-up* asesora. Además, el presente trabajo realiza una investigación del mercado español y del mercado de la consultoría empresarial y de los servicios de información, sectores en los que se incluye la *start-up*. Una vez esbozada la idea de negocio y realizada la investigación de mercado, el documento desarrolla con detalle el plan de recursos humanos y plan de estrategia empresarial. Por último, el presente trabajo elabora con especial énfasis el plan financiero de la *start-up*, reproduciendo sus estados financieros y examinando sus índices de rentabilidad. Al tratarse del plan financiero de una empresa de nueva creación, dicho plan contempla tres distintos escenarios en función de previsiones más o menos optimistas, con el fin de llegar a conclusiones realistas y no tan solo hipotéticas. El documento concluye con la valoración favorable sobre la solvencia y perdurabilidad en el tiempo de la *start-up* propuesta. Estas alegaciones se fundamentan en la proyección favorable de mercado, la estrategia de expansión, y las la rentabilidad de negocio.

Abstract

This paper develops a business plan for a technological start-up, which business idea is advising newly created companies, small and medium enterprises on the optimal location of their new establishment. The document explains the *modus operandi* of the provision of this service, which will mainly be the analysis and processing of public information, private information and business information from the client that the start-up is advising. In addition, this paper carries out a research on the Spanish market and the business consulting and information services market, sectors in which the start-up is included. Once the business idea has been outlined and the market research has been carried out, the document develops the human resources plan and business strategy plan in detail. Finally, the present work elaborates with special emphasis the financial plan of the start-

up, reproducing its financial statements and examining its profitability indexes. Since it is the financial plan of a newly created company, this plan contemplates three different scenarios based on more or less optimistic forecasts, in order to reach realistic and not just hypothetical conclusions. The document concludes with a favorable assessment of the solvency and durability of the proposed start-up. These claims are based on the favorable market projection, the expansion strategy and the business profitability.

Palabras clave: *Start-up*, datos, tecnológica, plan de negocio, idea de negocio, mercado, inversión, rentabilidad.

Key words: Start-up, data, technological, business plan, business idea, market, investment, profitability.

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. LA COMPAÑÍA Y EL CONTEXTO	6
2.1 Idea de negocio	6
2.2 Investigación de mercado	8
2.3 Análisis de los competidores	12
2.4 Proyecciones de mercado	15
2.5 Análisis DAFO	19
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	22
3.1 Problemas en el mercado	22
3.2 Propuesta de valor	24
4. GESTIÓN, ESTRUCTURA OPERACIONAL Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL	28
4.1 Plan de recursos humanos.....	28
4.2 Estrategia empresarial.....	30
5. PLAN FINANCIERO.....	32
5.1 Hipótesis	32
5.2 Inversión inicial y formas de financiación	36
5.3 Presentación de estados financieros	38
5.3.1 Balance de situación	38
5.3.2 Cuenta de pérdidas y ganancias.....	43
5. 3.3 Estados de flujos de caja.....	48
5.4 WACC	50
5.5 VAN y TIR	53
6. CONCLUSIONES.....	58
7. BIBLIOGRAFÍA, FUENTES DE DATOS Y FUENTES DE TABLAS Y GRÁFICOS	60
7.1 Bibliografía.....	60
7.2 Fuente de datos	60
7.3 Fuente de tablas y gráficos	60
8. ANEXOS	61

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de este trabajo daré forma al plan de negocio de una *start-up* tecnológica. La creación de una nueva empresa es una labor compleja ya que han de concurrir dos factores clave; una idea de negocio y un plan de desarrollo. En el caso del presente trabajo, contamos con ambos factores.

En primer lugar, la idea de negocio, que nace al descubrir un problema en el mercado y cuya solución no es ofrecida por este. En nuestro caso, un sector empresarial que no puede acceder a un determinado asesoramiento o, dicho de otra forma, un servicio que no es ofrecido por el mercado a un determinado tipo de cliente. Así, nace Localicex, diferenciándose de cualquier otra empresa del sector de asesoría empresarial y servicios de información. Una consultora tecnológica cuyo fin es proporcionar al cliente un servicio customizado que le ayude a ubicar en el mapa cual es la localización óptima para la apertura o de su nuevo negocio o nuevo local. Por ello, nuestra empresa se centra en asesorar a empresas de nueva creación, así como pequeñas y medianas empresas.

En segundo lugar, un plan de negocio el cual desarrollaré a lo largo de este trabajo. Este elemento es crucial para que la idea de negocio pueda llegar a ser una realidad. Para la elaboración del plan primero realizaré una profunda investigación de mercado para después detallar la estrategia operacional y estructural. Por último, desarrollaré el plan financiero, al que dedicaré la mayor parte de mi trabajo con el fin de fundamentar la viabilidad económica de Localicex.

La elección de este tema nació con el fin de dar forma a un pensamiento que ya rondaba por mi cabeza hace tiempo, el de emprender.

Este pensamiento, sin embargo, presenta muchas dudas, pues siempre me he planteado como sería crear una empresa de la nada, parece imposible.

A esta vena emprendedora se le unió la que yo pienso que es una idea de negocio innovadora.

Por ello, este trabajo se ha realizado de la forma más real y práctica posible con el objetivo de que lo aprendido a lo largo del proceso proyecte sus frutos en mi futuro laboral.

Para ello, me he valido de todo lo aprendido en el grado de Administración y Dirección de Empresas, así como de las conclusiones sacadas de entrevistas realizadas a *start-ups* exitosas como Geoblink, Black Limba y Colvin Co.

Si bien es cierto que han sido tratadas materias de todas las ramas empresariales, mi trabajo hace especial hincapié en la vertiente financiera, a la cual dedicaré la mayor parte de la exposición. Dicha sección, y remitiéndome a lo ya expuesto más arriba, se ha llevado a cabo en base a cifras e hipótesis lo más realistas posibles.

2. LA COMPAÑÍA Y EL CONTEXTO

Como toda empresa de nueva creación, Localicex pretende dar solución a un problema del mercado. Dicho problema será desarrollado con mayor intensidad en el punto tres de este trabajo, pero para ello, es importante dejar constancia de las características de la idea de negocio y del mercado en el cual este pretende operar.

Para ello, explicaré durante este punto, cuál es el servicio que Localicex pretende ofrecer y como es el mercado al que se lo ofrece, haciendo alusión a los potenciales clientes, competidores, demanda y proyecciones de mercado.

2.1 Idea de negocio

En un mercado tan competitivo como es el característico de los últimos tiempos, una empresa no puede permitirse un error a la hora de llevar a cabo sus estrategias de expansión o localización. Dichas estrategias se refieren a la apertura de locales y puntos

de venta de la marca, lo que, naturalmente, significa una gran inversión la cual se llevará a cabo siempre y cuando existan esperanzas fundadas de que a largo plazo se materialice en un retorno.

A la hora de iniciar o expandir un negocio pueden surgir muchas dudas: ¿cuándo debería expandirme?, ¿qué esfuerzo económico supondrá para mi empresa?, ¿de qué forma debería expandir mi negocio?... Todas ellas son contestadas una vez elaborado un modelo financiero que muestre la generación por parte de tu negocio de unos flujos de caja sanos y suficientes para financiar la inversión que supone la apertura de un nuevo establecimiento.

Dejando a un lado el tema financiero, la cuestión que más dudas plantea a la hora de dar el paso y expandir tu negocio o atreverte a emprender creando un nuevo comercio sería la siguiente: ¿Cuál será la localización óptima de mi nuevo establecimiento?

Como ya he dicho antes, la apertura de un local exige una gran inversión económica ya que el empresario tendrá que hacer frente a nuevos gastos de alquileres, personal, remodelación del establecimiento, nuevas existencias...

Dicha inversión caerá sobre saco roto si el nuevo negocio no resulta exitoso. Además de la materialización del retorno de la inversión, la apertura de una nueva tienda en un sitio idóneo puede resultar en una estrategia de marketing beneficiosa para el posicionamiento en el mercado de la marca.

Siguiendo esta misma línea de argumentación, igual importancia se le atribuye a la localización de un negocio de nueva creación. El emprendedor debe seleccionar la localización idónea para la apertura de su nuevo comercio para atraer al público al que específicamente se dirige su producto o servicio.

Nuestros servicios estarán orientados a asesorar empresas de nueva creación, pequeñas y medianas empresas que, por razón de su tamaño, serán empresas que tendrán que afrontar un alto riesgo si quieren localizarse o expandirse. Pues bien, una vez realizadas estas reflexiones nos damos cuenta de que es crucial para este tipo de comercios rebajar este riesgo lo más mínimo para garantizar que los retornos de su

inversión se materialicen y, más importa, que su negocio siga siendo viable. Es de esta voluntad de supervivencia en el mercado de la que emana la necesidad de hacer uso de nuestros servicios.

Bill Aulet, en su libro “La disciplina de emprender” se pregunta cual es la única condición necesaria y suficiente para una empresa, respondiendo que “no es un producto, una tecnología, una necesidad del cliente, un plan de negocio, una visión, un equipo fuerte... la condición necesaria y suficiente para que exista una empresa es que el cliente pague”

Por ello, la idea de negocio puede ser genial, pero “¿encontrarás un cliente que pague por ella?”¹

Respondiendo a esta pregunta, y en base a lo ya expuesto, la respuesta es sí, encontraremos clientes que pagarán por nuestro servicio ya que Localicex no ha nacido a raíz de una idea innovadora, si no como solución a un problema observado en el mercado. De hecho, ya nos hemos puesto en contacto con varios posibles clientes los cuales han buscado ser asesorados en este determinado problema y su búsqueda a resultado sin éxito.

De esta forma, nace la idea de negocio de Localicex, cuyo fin es proporcionar al cliente un servicio customizado que le ayude a ubicar en el mapa cual es la localización óptima para la apertura o de su nuevo negocio o nuevo local. Este servicio se llevará a cabo mediante el análisis informático y científico de información tanto pública como privada de la cual Localicex dispone, dejando atrás las antiguas investigaciones de históricos e incluso la intuición por la cual se llevaba a cabo esta labor con anterioridad.

2.2 Investigación de mercado

Una correcta investigación de mercado nos ayudará a hacernos una idea sobre la posible viabilidad comercial de la idea que se pone en marcha con nuestra propuesta empresarial.

¹ AULET, B., *La disciplina de emprender*, Ed. LID, 3ª Edición, 2015

En nuestro caso, analizaremos si el modelo por el cual Localicex ofrece su servicio es el adecuado para el mercado al que se proyecta. Además, se examinará cual será el precio justo y competitivo, el cual materializará la rentabilidad de la contraprestación de los servicios ofrecidos a los clientes y la viabilidad de la idea de negocio en sí. Para ello, es importante que conozcamos bien el mercado en el que va a operar Localicex, así como el perfil concreto de sus clientes y competidores, de los cuales hablaremos en más profundidad en el siguiente epígrafe.

Arcano Partners, la famosa boutique de inversión española, realizó un estudio el pasado septiembre del año 2019 sobre la realidad del mercado español como partidario de la creación de nuevas empresas. Dicho estudio titulado “*Spain... A Start-Up Nation?*”, en español, “*España... ¿nación emprendedora?*” realiza una comparativa entre España y el resto de sus *peers* europeos, basándose principalmente en el nivel de inversión en *start-ups*, la proximidad al conocimiento y la cultura emprendedora de dichos países.²

De dicho estudio observamos que, de primeras, España no parece un ecosistema idóneo para la creación de una nueva empresa ya que la inversión en capital riesgo, la cual es la principal fuente de financiación de estos negocios, es menor que el resto de países europeos y llega a ser tres veces más baja que los gigantes emprendedores EEUU y China.

Con un escaso acceso a financiación, al panorama del emprendedor español se le suma la falta de creación de un ecosistema de emprendimiento en las universidades en términos de iniciativa investigadora y, la falta de cultura emprendedora.

“Que tengas una cultura del emprendimiento se educa desde la infancia y que pasa por la tolerancia ante el fracaso es importante. Hay que entender que fracasar es parte del camino”³

² DE LA TORRE, I., ARCANO PARTNERS, *España, ¿una nación emprendedora?*, Madrid, 2019

³ DE LA TORRE, I., ARCANO PARTNERS, *España, ¿una nación emprendedora?*, Madrid, 2019

En dicha cita Ignacio de la Torre, principal conductor de la investigación mencionada, pone de relieve la falta de cultura emprendedora en el modelo educativo español.

Por todos estos motivos, podemos pensar que el mercado en el cual operaría Localicex es reactivo a su modelo de negocio, siendo el principal obstáculo, la dificultad de acceso a financiación por parte de estos fondos de inversión en capital riesgo.

Sin embargo, me gustaría recalcar que, por un lado, España se encuentra en una posición de ventaja competitiva en materia de sueldos frente a otras naciones emprendedoras como puede ser EEUU. Mientras que un programador en Silicon Valley, capital del emprendimiento por excelencia, puede llegar a cobrar 80.000 € al año, uno en España tiene un sueldo de 25.000 € al año. Dicha ventaja competitiva se materializa aún más si tu principal, por no decir única, fuente de gastos en el momento de la creación del negocio supone el desembolso de los sueldos del personal que dará vida a Localicex, sin la necesidad de invertir en existencias, oficinas o maquinaria, por lo menos al momento del inicio del negocio. Por ello, al tratarse de una *start-up* tecnológica, la inversión inicial puede considerarse relativamente menor que la que puede suponer un negocio que necesite de grandes instalaciones, maquinaria o existencias y seguramente de ella se obtendrá un retorno seguro y rápido para los inversores lo cual resultará en una facilidad para obtener inversión de dichos fondos frente a otros jugadores del entorno emprendedor español.

Por otro lado, ya que Localicex necesitará de una inversión relativamente pequeña en su comienzo, su capital será financiado por amigos y familiares, "*Friends, family and fools*", entrando en juego el papel del capital riesgo como forma de financiación más adelante, cuando Localicex pueda demostrar mediante sus cifras financieras, la viabilidad, crecimiento y estabilidad de su negocio.

Como ya he expuesto, por las características de Localicex, la entrada en el mercado del emprendimiento español parece posible, pero para su permanencia y posicionamiento es necesaria una adecuada política financiera en cuanto a ingresos y gastos, para obtener la mayor rentabilidad posible en el negocio, y su subsiguiente crecimiento.

Para ello, tendremos que hacer un análisis sobre cuál será el precio adecuado como contraprestación a nuestro servicio, un precio que suponga unos beneficios y a la vez una posibilidad de crecimiento del negocio en el mercado.

Fijar un precio a un servicio parece algo complicado al tratarse de algo tan intangible. Si se tratase de la venta de un producto, sería tan fácil como calcular la suma de los costes de las materias primas empleadas, los costes de otros gastos variables (personal, suministros...) y por último un plus de beneficio para la empresa.

Sin embargo, al tratarse de una de consultoría tecnológica, el servicio prestado conllevará un precio que deberá atender a factores externos al negocio, como puede ser el tipo de cliente y sus competidores.

Para la fijación del precio de los servicios prestados por Localicex llevaré a cabo un triple análisis; estudio de los costes, estimación de la demanda y análisis de la competencia.

El primer paso, como ya he mencionado, será el estudio de los costes. El análisis de los costes que se le atribuyen a la prestación de un servicio es bastante más complicado que el cálculo de los costes de la producción de un objeto físico. Dicha dificultad se traduce en que la prestación de un servicio es algo tan intangible como una experiencia para el cliente. Sí que es cierto que existen costes reales, de los cuales los más significativos sin duda serían los costes de la investigación y desarrollo, el mantenimiento del software, los acuerdos de suministro de información y los sueldos del personal. A estos, sin embargo, habría que sumarle aquellos costes intangibles traducidos en el esfuerzo, la experiencia, la personalización y el tiempo dedicado al cliente.

En segundo lugar, al realizar un estudio sobre la demanda y el perfil de nuestro cliente, nos damos cuenta de que este puede variar desde un pequeño emprendedor que busca abrir su primer comercio, hasta una mediana empresa buscando expansión y un mayor posicionamiento en el mercado.

Por último, con el fin de dar sentido a nuestro triple análisis para la fijación del precio, diré que Localicex no tiene competidores reales en el mercado español, por ello fijará un precio a su servicio parecido al que fijan las consultoras empresariales. En el siguiente epígrafe argumentaré el porqué de esta afirmación sobre la inexistencia de competidores reales.

Como conclusión, por la falta de concreción de los costes reales del servicio prestado, la diferencia de la capacidad económica de los distintos clientes y la falta de competencia para establecer un precio fijo, nos damos cuenta de que la mejor forma de remunerar nuestros servicios será establecer un concepto de precio fijo y otro variable, distinguiéndose a su vez por el tipo de cliente, es decir, según el tamaño de la empresa cliente y según el número de horas invertidas en este.

Por ello, existirá un precio fijo inicial que será de 1.500 € para empresas de nueva creación, 2.500 € para empresas pequeñas y 3.500 € para empresas medianas. A estas tarifas fijas se les sumará el total de multiplicar el número de horas invertidas en el proyecto por el precio por hora. De esta forma, el precio por hora para empresas de nueva creación será de 100 €, para empresas pequeñas de 150 € y para empresas medianas de 200 €.

El precio fijo engloba el inicio de investigación y la toma de decisión por parte de Localicex, el precio variable engloba el esfuerzo y tiempo empleado en cada proyecto.

2.3 Análisis de los competidores

Como ya he mencionado en el epígrafe anterior, Localicex no tiene competidores reales pues no existe otra empresa con el mismo o parecido modelo de negocio que opere en nuestro mismo mercado. Con el fin de recordar y aclarar las características básicas de la idea de negocio diré que Localicex es una empresa de servicios de asesoramiento empresarial la cual presta, dependiendo del estado de maduración del negocio del cliente, un servicio dirigido a encontrar la localización óptima de su nueva tienda o establecimiento. Dicho servicio será prestado de forma customizada y en base a la manipulación por nuestros expertos tecnológicos de información tanto pública como

privada la cual servirá como fundamento para las conclusiones sacadas durante la experiencia con el cliente.

Atendiendo a la idea de negocio, en un primer momento se puede pensar que existe dos competidores a Localicex, por un lado, las consultoras de negocio tradicionales, y por otro Geoblink, de los cuales hablaré a continuación.

Tradicionalmente, cuando una empresa quería expandirse abriendo nuevos establecimientos o incluso cuando un nuevo empresario quería dar con la localización idónea para inaugurar su negocio procedía de dos maneras; acudiendo a una consultora o dejándose llevar por los instintos de la intuición. Algo que tienen en común estas dos vías es que ninguna era una ciencia exacta.

Es evidente que la intuición como base para la toma de una decisión tan importante para tu empresa, no es la mejor estrategia, pero, ¿qué diferencia las consultoras tradicionales con Localicex?

En primer lugar, la especialización del servicio ya que estas asesoran en cualquier ámbito empresarial, y, en segundo lugar, su fundamento. Me refiero a que las consultoras tradicionales se basan en datos históricos, hipótesis e investigaciones rudimentarias para la decisión sobre la localización optima de un nuevo negocio o establecimiento. Los datos históricos sobre el desempeño de una compañía comparable a la de tu cliente no debería ser un razonamiento para la toma de una decisión como esta. Esto se debe a que el rendimiento de un negocio atiende a otros muchos factores, los cuales pueden ser sustancialmente diferentes a los cuales afectan a tu cliente. Por ello, tanto la experiencia de otras empresas como las hipótesis no son ciencia cierta.

Otra manera por la cual las consultoras tradicionales asesoran a las empresas sobre la localización de sus negocios es la de ellos mismos contar uno a uno el número de personas que transitan determinada calle en determinadas horas mediante la recopilación de grabaciones de cámaras de seguridad como la simple ayuda de un empleado en un semáforo de la calle contando personas. Es verdad que esta técnica resulta en datos relevantes como el número de personas que pasan por cierta calle o zona o incluso la distinción entre hombres o mujeres. Sin embargo, dicha técnica no nos responde la

verdadera cuestión; ¿cuántos de ellos van a entrar al negocio y consumir?, ¿cuáles de ellos son los verdaderamente propensos a realizar la transacción en cuestión?

Para ello tendremos que contar con datos de los cuales carecen dichas consultoras tradicionales. Dichos datos serían, por ejemplo, la edad, el sexo y el domicilio de las personas que consumen en dicha zona, así como la frecuencia en la que estos consumen, los cuales sí que son datos adecuados como fundamento para decidir entre localizaciones óptimas.

Por otro lado, otro posible competidor sería Geoblink. Geoblink es una empresa de nueva creación que comenzó su actividad empresarial en 2015. Dicha entidad presenta un modelo de negocio muy parecido al propuesto por Localicex, sin embargo, presenta dos claras diferencias.

La primera, el tipo de cliente con el que opera. Mientras que Geoblink trabaja con grandes empresas cuyo modelo de negocio se basa en el establecimiento de gran red de tiendas, locales o puntos de ventas, como puede ser Danone o Ikea, Localicex presenta sus servicios a nuevas, pequeñas y medianas empresas, las cuales o bien buscan por primera vez la apertura de un local para su negocio, o buscan expandirse de forma puntual y excepcional abriendo una nueva tienda o punto de venta.

La segunda sería la oferta de Geoblink, siendo esta un producto y la nuestra un servicio customizado. Mientras nuestro supuesto competidor ofrece un producto el cual puede ser usado por el cliente cuando le plazca sin ayuda de Geoblink mediante una suscripción anual, nosotros ofrecemos un servicio a medida y customizado a las necesidades específicas de cada cliente ya que, al tratarse estos de empresas con perfiles y tamaños muy variados, sería prácticamente imposible dar con una solución generalizada para todos estos.

Debido a estas claras diferencias en nuestro negocio y, dado cuenta que nosotros operamos en un mercado totalmente distinto al de Geoblink, ambas empresas hemos llegado a un acuerdo y se ha convertido en el proveedor principal de Localicex.

La información privada de la que venimos hablando va a ser la suministrada mediante suscripción al producto elaborado por Geoblink ya que, nos hemos dado cuenta de que esta colaboración puede ser muy beneficiosa para ambos, en el sentido de que, Geoblink

jamás operará en nuestro mercado. Esto se debe a que, nuestro cliente no podrá acceder al producto de Geoblink por sus características. Por ello, ellos ven la posibilidad de materializar un ingreso extra y obtener información de nuestros proyectos, y a cambio nosotros contamos con la información de su base de datos, proveniente de entidades bancarias y operadoras telefónicas. Más adelante, en la descripción del servicio, explicaré esto en mayor profundidad.

Dicho esto, parece que, por especificidad a la hora de operar, el perfil del cliente y el servicio ofrecido, Localicex no cuenta con competidores en el mercado en el que opera. Además, hemos dado un paso más y hemos colaborado con el que podría ser “uno de ellos”.

Esta conclusión trae claras ventajas y alguna desventaja. Es cierto que Localicex ha encontrado un nicho en el mercado al cual proyecta su servicio. Ser el único proveedor de este servicio es el sueño de todo emprendedor ya que has encontrado un problema que tiene el consumidor y solo tu empresa le puede ofrecer una solución.

La idea es, que, con el tiempo, el cliente vea como una necesidad la contratación del servicio que ofrecemos a la hora de expandir su negocio y que deje atrás las vías tradicionales e intuitivas que ofrecía el mercado antes de Localicex.

Por todo lo expuesto, el no tener competidores parece una clara ventaja, ya que cuando el consumidor se da cuenta de esta necesidad, solo puede acudir a nosotros. Sin embargo, existen algunos inconvenientes los cuales serán analizados a más adelante en el análisis DAFO.

2.4 Proyecciones de mercado

Para realizar las proyecciones de mercado me basaré en datos obtenidos de fuentes de información como pueden ser Iberinform, eInforma y estudios realizados por el gigante británico HSBC. La elaboración de estas proyecciones se harán conforme al modelo de pronósticos causales. Suponemos que las variables del mercado que más

pueden afectar a nuestra idea de negocio son el crecimiento de las empresas en España en general, el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas españolas, el número de empresas creadas en España, la inversión en la expansión y creación de negocio y otros datos generales como pueden ser el crecimiento del PIB español, el crecimiento de las ciudades etc.

Según la base de datos eInforma, la cual almacena los datos más relevantes del mundo empresarial, en 2018 se registraron la constitución de 111.396 empresas y en 2019, 95.328. Aunque el número de creación de empresas del año 2018 al año 2019 haya descendido, en los dos primeros meses del 2020 ya se han registrado la constitución de 16.261 nuevas empresas, lo que marca un claro comienzo prospero de este año en materia de creación de nuevas entidades. Además, de las cifras mencionadas, los sectores que suponen un mayor porcentaje son el sector de la restauración, edificios residenciales y agentes de propiedad inmobiliaria.⁴ Estos datos parecen relevantes para realizar una posible proyección de mercado ya que España espera la creación de nuevos negocios para los próximos años, basándonos en los datos históricos mencionados, y además, la mayor parte de estos son empresas las cuales necesitan de un establecimiento. De nada nos servirían estos datos si la mayor porción de estos negocios constituidos fueran comercios de venta online o empresas tecnológicas. Como ya hemos venido diciendo, uno de los servicios que ofrece Localicex es ubicar en el mapa la localización que proporcione mayor rentabilidad a un negocio que sale por primera vez al mercado. Tanto restaurantes, como edificios residenciales como agentes inmobiliarios ven bastante afectados el éxito de su negocio a donde esté este ubicado.

Por otro lado, HSBC, la entidad bancaria británica ha realizado un estudio que establece que el 85% de las empresas españolas esperan crecer en 2020 y el 89% en los próximos cinco años. Dicho estudio, respaldado por la encuesta “HSBC Navigator” muestra el optimismo del mercado empresarial español y espera una gran inversión de capital tanto nacional como extranjero en estas entidades.⁵ El crecimiento de las empresas españolas siempre es un indicador favorable de la economía lo cual repercute en la prosperidad de los negocios en general. Sin embargo, parece de especial relevancia para el estudio de las proyecciones del mercado en el cual Localicex pretende operar ya que,

⁴ Base de datos EInforma, Información de Empresas

⁵ Encuesta HSBC Navigator, 2019

según Iberinform, de las 828 empresas que más crecen en toda la nación, 668 son pequeñas y 137 medianas empresas, es decir, un 80,6% y un 16,5% respectivamente.⁶ Como ya he expuesto repetidas veces durante esta exposición, los clientes principales de LOCALICEX serán las empresas de nueva creación que buscan encontrar un lugar optimo donde localizarse, y las pequeñas y medianas empresas que buscar expandirse como resultado del crecimiento de su empresa. Estos últimos suponen el 97,1% de las empresas que más crecen a nivel nacional. El restante 2,9% de las empresas más prosperan según Iberinform son empresas de grande tamaño, las cuales quedan fuera de nuestra cartera de clientes por sus estrategias de expansión las cuales forman parte de su ADN y se llevan a casi de forma casi habitual.

Tamaño de las empresas que más crecen



Fuente: Iberinform.

7

Por otra parte, me gustaría resaltar que, de nuevo, aunque está vez en aludiendo al estudio realizado por Iberinform sobre las empresas que más crecen en España, los sectores más repetidos dentro de estas empresas son el de construcción de edificios residenciales y el de restauración, entre otros. Ambos, como ya he explicado clientes potenciales de Localicex por las características de su negocio.

Los sectores más representados



Fuente: Iberinform.

⁶ Iberinform

⁷ Fuente: Iberoinform

Otro indicador relevante, aunque más general será el PIB per cápita e efectos de consumo.

El PIB per cápita es un indicador económico que mide la relación que existe entre el nivel de renta de un país y su número de habitantes. Por ello se puede decir que un mayor PIB per cápita significa un mayor poder adquisitivo por habitante, lo que está estrechamente ligado con el nivel de consumo de la población. Este dato puede suponer relevante para nuestra investigación ya que la mayor parte de los negocios a los que Localicex pretende asesorar serán establecimientos que ofrecen un producto al consumidor, ya sean restaurantes, tiendas, inmobiliarias...

Desde el 2018, el PIB per cápita ha aumentado un 2,6% según la base de datos nacional datosmacro y se estima crecimiento para los años de 2020 y 2021.⁸ Estos datos demuestran que la economía crece y por ende la demanda de estos bienes y servicios, lo que incentivan a jóvenes emprendedores y a aquellas empresas ya posicionadas, a expandirse.

Una vez realizado el modelo de pronóstico causal, nos damos cuenta de que las variables que pueden afectar a la proyección del mercado en el cual Localicex pretende operar son favorables. Por ello, llegamos a la conclusión de que Localicex trata de sumergirse en un mercado sano y creciente de oportunidades, las cuales se verán viciadas solo por la caída de la economía nacional y el parón de crecimiento y nacimiento de empresas españolas, lo cual, según los datos mencionados, parece bastante improbable.

⁸ Base de datos Datosmacro

2.5 Análisis DAFO

El análisis DAFO se trata de un mapa que ilustra las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de LOCALICEX.

De esta forma se cuestionarán los puntos negativos y positivos de origen interno (debilidades y fortalezas) y de origen externo (amenazas y oportunidades). Esta herramienta es clave para definir la viabilidad del negocio y su estrategia en el mercado.



Comenzaré por un análisis interno, el cual atenderá a factores comerciales, técnicos, humanos, de gestión y financieros.

En primer lugar, las debilidades serán aquellos aspectos internos que debilitan y perjudican la consecución de objetivos por parte de la empresa. Las debilidades identificadas son aquellas relacionadas con las dificultades que presenta la creación de un negocio tan innovador. Por ello internamente, el mayor punto débil de Localicex será su falta de experiencia tanto a nivel empresarial como a la hora de llevar a cabo este tipo de negocio, esto ya que no solo contamos con las dificultades de gestión y toma de decisiones que se le presentan a cualquier emprendedor, sino que también existe la cuestión de cómo desarrollar una idea de negocio tan innovadora siendo imposible seguir los pasos de una empresa similar, al no existir ninguna. Por ello, además de la falta de experiencia, otra debilidad será el no estar a la altura para captar activamente clientes, los cuales no

acudirán de primeras a nosotros por no estar acostumbrados a “necesitar” de nuestros servicios. Al no existir un competidor o competidores con un modelo de negocio parecido al nuestro en un estado más maduro, se presenta la dificultad de la elaboración de suposiciones sobre las proyecciones del negocio. Por ello, es imprescindible la consistencia, creatividad y esfuerzo a la hora de elaborar una start-up con cero competidores, lo que puede suponer un mayor trabajo, pero evidentemente una mayor recompensa.

Pese a estas debilidades a nivel interno, Localicex cuenta con grandes fortalezas las cuales nos ayudaran a lograr nuestros objetivos. Esto se debe principalmente a los recursos tecnológicos y la información privilegiada con la que contamos. Esta tecnología e información da la oportunidad de dotar al mercado de un servicio extremadamente diferenciado y muy rentable en cuanto a costes, los cuales son mayormente fijos, lo que significa que un cliente más supondrá casi los mismos costes que uno menos, haciendo el negocio muy rentable y muy líquido lo que es sinónimo de viabilidad y crecimiento. A parte de estas fortalezas tecnológicos y financieras contamos con una estrategia muy clara y definida, basada en hipótesis realistas y prácticamente libres de riesgos.

Por otro lado, para analizar externamente a la empresa habrá que atender a factores políticos, legales, económicos, socioculturales y demográficos, medioambientales y tecnológicos, así como aquellos que conciernen a la relación con competidores, proveedores y consumidores.

Las amenazas serán los factores externos al negocio que podrían suponer un obstáculo en la consecución de nuestras metas. Por nuestro modelo de negocio y el servicio ofrecido, llegamos a la conclusión de que existen tres principales amenazas, una legal y otra respecto a los proveedores y otra respecto a los competidores.

Comenzaré por amenaza legal. Como ya he explicado, Localicex da un servicio al cliente en base a la manipulación y tratamiento de información pública, que no traerá ningún problema, e información privada, suministrada por nuestro proveedor Geoblink. Esta última es la que puede presentar algún problema, pero en base a los términos del contrato con Geoblink, explicados más abajo, veremos que el uso de los datos privado cumple con los requisitos en la legislación vigente.

Dicha información se tratará por parte de nuestros expertos de *data science* para poco a poco ir creando nuestra base de datos y dar un servicio customizado al cliente.

Por otra parte, otra amenaza evidente es el hecho de que el único proveedor de información privada (la más relevante en base a lo explicado más abajo acerca de la descripción del servicio) es nuestro “competidor” Geoblink. Una de las mayores ventajas de Localicex es el acceso a esta información mediante la colaboración con Geoblink, el cual ha accedido a dejarnos usar su plataforma mediante una suscripción anual a cambio de un precio (18.000 € al año) y la puesta a disposición por nuestra parte de aquella información que vayamos recolectando de nuestra actividad empresarial así como la puesta en contacto de los clientes que por razones de crecimiento lleguen a salirse de nuestro mercado para ser un cliente potencial de Geoblink (empresas que llegar a un determinado tamaño con estrategias de expansión más agresivas). Por ello, Localicex pone como prioridad en su estrategia la buena relación con su proveedor y el acatamiento de los términos del contrato acordados con este. Además, a la par que realizamos nuestro desarrollo habitual, iremos elaborando nuestra propia base de datos para depender lo menos posible de nuestro proveedor.

Por último, me gustaría recalcar como amenaza, lo ya explicado en este trabajo acerca del hecho de que no existe “competencia real”. Al tratarse de un servicio nuevo y de un mercado sin explotar, el cliente no está acostumbrado a optar por un servicio como el nuestro cuando se le presenta el problema al que tratamos de dar solución. Esto resulta en una dificultad añadida a la hora de captar clientes, dificultad que no existe en empresas de servicios más convencionales que cuentan con un claro posicionamiento en el mercado.

En cuanto a las oportunidades, estas serán las favorezcan el éxito de nuestra empresa debido a razones externas. Las fundamentales serán las explicadas en el epígrafe anterior respecto a las proyecciones de nuestro mercado y el evidente crecimiento en número de nuestro cliente potencial. Además, Localicex cuenta con grandes y fáciles oportunidades de expansión, ya que, por su modelo de negocio, podrá ampliar el número de ciudades en las que opera sin mayor inversión, tan solo es necesario la ayuda de un

comercial en los puntos en los que nos queramos expandir, atrayendo clientes de forma exponencial sin necesidad de invertir en grandes instalaciones ni gastos complementarios, ya que el servicio se podrá llevar a cabo sin problema desde la oficina de Madrid.

Además, nos adentramos en una era en la que las empresas son más propensas a confiar en toma de decisiones fundamentadas por sistemas informáticos y tecnológicos, siendo Localicex pionero en un servicio que, en base a lo estudiado a lo largo de este trabajo, se convertirá en una inversión indispensable para toda empresa.

Por todo lo explicado, Localicex llevará a cabo una estrategia ofensiva, centrándose en resaltar sus fortalezas y oportunidades. Esto se debe a que las debilidades y amenazas son de fácil solución y cuentan, como ya he explicado a lo largo del análisis DAFO, con una estrategia para mitigar los riesgos que puedan acarrear a nuestro negocio.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Como ya he mencionado anteriormente, Localicex trata de dar solución a un problema que existe actualmente en el mercado. Durante este punto realizaré un análisis sobre la identificación de la existencia de dicho problema, así como la explicación detenida de cómo opera Localicex para dar solución a dicho problema, haciendo alusión a nuestra propuesta de valor, y a lo que nos hace únicos en el mercado.

3.1 Problemas en el mercado

Un problema de mercado existe cuando un segmento de este se topa con un inconveniente el cual no se puede resolver por ningún producto o servicio ofertado en el mercado. También puede existir un problema de mercado cuando dicho producto o servicio sí que existe, pero no se adecua a las preferencias de un determinado perfil del

cliente por razones objetivas como puede ser el precio o características del servicio o producto en sí.

En este caso, el problema identificado es el de optimizar la localización de un negocio. Como ya he comentado anteriormente, una buena localización es vital para el éxito o fracaso de un negocio. Por ello es imprescindible que el empresario deje atrás métodos emanados de la suposición y actúe conforme a criterios fundados.

En un primer momento, podemos pensar que cualquier empresario dará con la clave del éxito a la hora de localizar su nuevo local si atiende a criterios como pueden ser el coste del establecimiento y su reforma, ya que un local mejor ubicado será un local más costoso, un local que sea visible y accesible para el público, esto es, cerca del transporte público o vías bien comunicadas, un local ubicado en una zona donde existan otras actividades atrayendo a diversidad de público, y por último y seguramente el criterio más importante, que el local esté próximo a la demanda. Con el objetivo de la exposición de este trabajo, me centraré en este último criterio ya que, como he dicho antes, es el más relevante y a la vez, más difícil de estimar.

Muchas veces, la mejor estrategia de ventas para un negocio será estar cerca de su target, es decir, de su cliente, pues está será la mejor forma de que el cliente acabe optando por adquirir el producto o servicio de dicha empresa.

Sin embargo, ¿cómo sabemos dónde va a estar la demanda? ¿cómo sabemos dónde ubicar al target de un determinado negocio?

Antes de responder esta pregunta, me gustaría aclarar un par de conceptos ya que es imprescindible diferenciar entre el público y el target. El público será todo aquel particular que transite una determinada zona, pudiendo o no ser un cliente potencial de una determinada empresa. Por otro lado, el target es aquel particular al cual la empresa enfoca su producto o servicio y además es propenso a hacer uso de este.

Dicho esto, un empresario tiende a acudir a métodos tradicionales de localización de la demanda. Dichos métodos, algunos ya mencionados en este trabajo, son imprecisos e intuitivos y se inclinan más a la estimación de la localización del público en general, en vez de un target determinado.

Un procedimiento bastante común para localizar la demanda es estimar el tránsito de una determinada zona. Se presupone que, a mayor tránsito de personas, mayor demanda. El tránsito de personas se contabiliza mediante la exploración de cámaras de vigilancia de la zona o con de una forma tan sencilla como contando uno a uno los peatones de una determinada vía. Otra forma sería la de realizar una investigación sobre negocios comparables al que se está intentando ubicar y cuyos resultados hayan sido exitosos y localizarlos en una zona cercana. Este método puede desembocar en una localización más acertada de la demanda, comparado con el anterior. Sin embargo, el hecho de que una empresa exitosa presente características parecidas al modelo de negocio de otra que pretende abrir un nuevo establecimiento, no es razón científica de que esta última rinda de la misma manera ya que, existen una infinidad de elementos que pueden hacer que, lo que parece un negocio similar, no lo sea para el resto del público. Por todo lo expuesto, parece que existe un problema real a la hora de localizar de forma concreta donde se ubica el target de un determinado negocio, el cual verá sus resultados muy afectados si toma una decisión errónea sobre la ubicación de su local.

3.2 Propuesta de valor

Una vez identificado el problema, Localicex pretende dar una solución con sus servicios de forma innovadora.

Pues bien, comenzaré realizando una descripción del servicio para, más adelante, profundizar acerca de su funcionamiento.

Como ya he mencionado, abrir un nuevo negocio o expandirte y abrir un nuevo local de tu negocio supone una gran inversión a la cual va atribuida un gran riesgo, sobre todo si dicho negocio es una *start-up* o una pequeña o mediana empresa. Otro caso distinto sería la inversión que hace una gran empresa para aumentar su gran red de locales, que aun siendo igual de costosa, supone una mínima parte de su capital. Por ello, es importante hacer una distinción entre estos dos perfiles de empresas. Para los primeros, el hecho de que su toma de decisión sea la correcta o no, va a poner en juego el negocio en sí, para las segundas, solo supondrá un bache fácil de sobrepasar.

Además, una pequeña y mediana empresa no cuenta con el “nombre de la marca” la cual habla por sí sola muchas veces a la hora de atraer a su clientela. Es por ello, que a la decisión de abrir un nuevo local se le atribuye una especial importancia al hecho de “donde se abre dicho local”. La ubicación va a determinar en la mayoría de los casos, la viabilidad de dicho negocio. Por poner un fácil ejemplo, existen claras diferencias entre un bar que abre de primeras en una zona residencial de Majadahonda, y un bar que abre en la calle Ponzano. Suponiendo que ambos ofrecen un servicio exactamente igual, podemos decir casi con certeza, que el bar de Ponzano verá multiplicada por diez la caja que genera cada noche respecto a la caja que genera el bar de Majadahonda. Ambos han decidido emprender con un modelo de negocio casi calcado y ambos han tenido que hacer frente a una importante inversión, sin embargo, uno ha sabido estimar donde está su target y otro no, suponiendo el fracaso de uno y el éxito del otro.

Pues bien, con este sencillo, pero claro ejemplo, podemos observar la importancia de la localización del local de un negocio y más si trata de una empresa de nueva creación o una pequeña y mediana empresa.

Pues bien, el fin de Localicex es asesorar a estos negocios de los que venimos hablando de forma customizada y específica a cada uno de ellos para localizar en el mapa cual será la ubicación óptima para su tipo de comercio y mitigando lo máximo posible el riesgo que conlleva dicha decisión.

Para dicho asesoramiento, Localicex tiene en cuenta tres tipos de información; datos públicos, datos privados y datos del cliente en cuestión.

Los datos públicos, como el propio nombre indica, son accesibles a toda la población por bases públicas o estatales como pueden ser el Instituto Nacional de Estadística (INE), Datosmacro o La Cámara de Comercio. Dicha información, aunque fácilmente accesible, puede suponer ilegible e irrelevante para un empresario que lo consulte por su cuenta. Por un lado, ilegible, ya que el entendimiento de dichas bases de datos puede llegar a ser muy complicado, y, por otro lado, irrelevante, ya que muchas veces, dicha información no se presenta de forma suficientemente específica. Por ejemplo, si el INE determina 2.000 habitantes en una determinada zona residencial de un determinado número de metros cuadrados, de los cuales una porción considerable, son

parques y zonas verdes, Localicex especificará donde están realmente residiendo dichos habitantes, excluyendo zonas con imposibilidad de establecimiento de comercio como pueden ser los parques.

El otro tipo de información es la información privada la cual será suministrada por Geoblink mediante un acuerdo de colaboración. Como ya he explicado, esto supone un beneficio para ambas empresas ya que por las características de Geoblink, el mercado en el que nosotros operamos está fuera de su interés y dicho acuerdo con nosotros les trae un ingreso añadido a sus actividades normales de explotación ya que el uso de su plataforma nos costará 18.000 € anuales. Dicha plataforma se trata de un software vendido por suscripción a las grandes empresas para que estas mismas lo usen en su beneficio para optimizar su red de locales y franquicias. Nosotros, con el permiso de Geoblink, utilizaremos dicha plataforma con fines distintos al uso propio, para ofrecer a nuestro cliente el servicio que venimos explicando. Dicha plataforma cuenta cuanta con información privada suministrada a Geoblink por entidades bancarias y operadoras telefónicas permitiéndonos utilizar un software que incorpore información relacionada con el motivo de la transacción, la zona, el monto, el momento y por último el perfil del que la lleva a cabo, es decir, la edad, sexo y lugar de residencia.

Como ya he explicado, el producto ofrecido por Geoblink está diseñado de tal forma que excluye la utilización de este por parte de empresas de nueva creación, pequeñas y medianas empresas, es decir, nuestro cliente.

El acuerdo con Geoblink (nuestro proveedor) cuenta, por tanto, principalmente con los siguientes términos;

- Contraprestación anual por el uso de la plataforma de 18.000 €.
- Puesta a disposición por nuestra parte de información relevante sobre proyectos conocidos por LOCALICEX.
- Presentación a GEOBLINK de clientes de LOCALICEX que, por razones de su crecimiento y expansión hayan alcanzado un tamaño determinado y, por ende, hayan entrado a formar parte de la cartera de clientes de GEOBLINK.

- El uso de los datos presentes en el software de GEOBLINK siempre en arreglo a la Ley Orgánica 3/2018 de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, en concreto, atendiendo a lo establecido en la disposición adicional séptima sobre la anonimización de los datos personales y a lo establecido por la Agencia Española de Protección de Datos en relación al procedimiento de anonimización de los datos personales.

Por todo ello, el acceso a dichos datos nos permitirá acotar la búsqueda de un público en general o nuestro target en concreto ya que podremos identificar donde se halla un determinado perfil de particulares los cuales coinciden con las características del potencial consumidor de nuestra empresa cliente.

Por último, tendremos en cuenta la información de nuestra empresa cliente. De ahí que el servicio ofrecido por Localicex sea un servicio customizado a cada empresa, ya que a los datos con los que nosotros contamos, le sumamos la información propia del negocio en cuestión.

La idea es que, a medida que vamos usando el software de Geoblink y en conjunción con la información pública y del cliente, iremos adaptando su uso a nuestro cliente en concreto, creando poco a poco nuestra propia plataforma ya que, por el tamaño de Localicex, es inviable que este acceda a información suministrada por bancos y operadoras telefónicas.

Dicho esto, el funcionamiento de nuestro servicio llevaría la siguiente lógica;

En primer lugar, se examina el perfil de nuestra empresa cliente de forma global, gracias a la información suministrada por estos. Dicha información nos ayuda a entender el objetivo de la compañía y sobre todo el perfil y características de su consumidor potencial. En segundo lugar, entraría en cuestión la información privada encontrada en la plataforma de Geoblink. El objetivo de este paso es identificar transacciones de bienes o servicios parecidos a los cuales ofrece nuestra empresa cliente.

Una vez identificadas dichas transacciones, habría q atender al perfil del particular que las realiza, de esta forma, acotaremos nuestra búsqueda a un determinado sexo, edad o lugar de residencia. Por poner un ejemplo, en esta fase, nos podríamos dar cuenta de que la gran parte de las personas que realizan una determinada transacción (parecida a la que se realizaría en el negocio de nuestro cliente) son estudiantes de 18 a 24 años, pues podríamos llegar a la conclusión de que una buena localización para el establecimiento sería cerca de una universidad o colegio mayor. Otro posible escenario sería darse cuenta de que las personas que realizan la transacción en cuestión son personas que, en mayor parte, residen en zonas de Madrid con cierto nivel económico como pueden ser Pozuelo o Majadahonda.

Por último, utilizaríamos la información disponible en las bases de datos públicas mencionadas anteriormente para ubicar en el mapa cuales son las zonas donde pueda existir un público mayor de acuerdo con las conclusiones sacadas en los pasos anteriores. Continuando con los ejemplos anteriores, de dichas bases de datos podríamos identificar en que zonas del mapa existen más universidades o colegios mayores por barrio o, dentro de las zonas de Pozuelo, Majadahonda, donde reside un mayor número de personas, o cual es la zona comercial más próxima a estas residencias.

4. GESTIÓN, ESTRUCTURA OPERACIONAL Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

A lo largo de este punto expondré cual es plan operativo, es decir, como se llevará a cabo la ejecución de la idea de negocio. Para ello hablaré de cuál es el plan de recursos humanos de forma evolutiva, comenzando por explicar como será este al inicio de la actividad de la empresa. Al tratarse de una empresa de servicios en la cual nuestro principal activo será nuestro personal, la evolución de la plantilla de Localicex dará paso a la explicación de su estrategia de crecimiento empresarial.

4.1 Plan de recursos humanos

Elaborar un correcto plan de recursos humanos es imprescindible en todo tipo de empresas, pero sobre todo en una de nueva creación. Una *start-up* dispone de recursos muy limitados y por ello, la productividad de sus empleados es vital para esta, sobre todo al principio, ya que será su capital humano el que, en base a su productividad, talento y

esfuerzo, lleve a la empresa al éxito o al fracaso. Por ello, para la elaboración de este plan de recursos humanos, primero realizaré una exposición del personal necesario y definiré de forma concreta sus roles. Más adelante plantearé la estructura de la empresa en cuanto a recursos humanos de aquí a unos años, una vez esta haya crecido como se planea.

En un primer momento, y debido los escasos recursos, el personal de LOCALICEX estará formado por dos expertos en *data science*, un *business and marketing analyst* y yo, como fundadora. La fundadora asumirá los puestos de *Chief Executive Officer*, *Chief Operating Officer* y *Chief Financial Officer* y se encargará de la parte operacional, ejecutiva, de relaciones públicas y financiera. Por ello, será mi labor la captación de inversores y clientes además de la de negociar con nuestro proveedor de información. Por otra parte, será necesario contratar dos *data scientist* cuyos perfiles coincidan con el de un licenciado en ingeniería de telecomunicación o ingeniería informática. Su labor será el tratamiento de datos en relación a nuestro servicio, elaborando un mapa que incluya toda la información de la que disponemos, de forma que, a la hora de asesorar a nuestro cliente, y vez analizada su empresa, podamos ofrecer el servicio que llevamos explicando a lo largo de este trabajo. Además, se encargarán de la elaboración de la página web la cual será el principal medio de contacto entre nosotros y nuestros clientes y donde se especificará el servicio ofrecido y el beneficio de este. Por otro lado, también contaremos con un *business and marketing analyst*, el cual se encargará del análisis tanto del cliente como del mercado. De esta forma, se encargará de identificar potenciales clientes, elaborando posibles estrategias de marketing y campañas de publicidad. Una vez captado dicho cliente se encargará de la elaboración de informes sobre sus rasgos empresariales más relevantes para que yo, gracias a la ayuda de los de los *data scientist*, me pueda reunir con el cliente para discutir las posibles formas de actuación en relación a la prestación de nuestro servicio.

Al año siguiente, ampliaremos la plantilla a más del doble ya que añadiremos otros dos *data scientist*, un *business and marketing analyst* y contrataremos a dos comerciales, los cuales se ocuparán de hacer llegar nuestra prestación de servicios a otras grandes ciudades. El perfil de estos comerciales será el propio de un vendedor, con don de gentes y buenas relaciones públicas y que cuente con cierto conocimiento tecnológico por las características de nuestro servicio.

En 2023, contaremos con 11 empleados, dos más que el año anterior, incorporando *otro business and marketing analyst* y otro comercial.

En 2024, se incorporará un nuevo *data scientist*, un nuevo *B&M Analyst* y un nuevo comercial y en 2025 ampliaremos la plantilla de 14 a 16 empleados contratando de nuevo un nuevo *B&M Analyst* y un nuevo comercial.

Por ello, las proyecciones de aquí a cinco años es multiplicar por cuatro el personal de Localicex.

En el anexo podremos encontraremos un cuadro donde se podrá observar la proyección de recursos humanos junto a los salarios y obligaciones con administraciones públicas.

4.2 Estrategia empresarial

Como ya he explicado, el funcionamiento de Localicex depende prácticamente del trabajo aportado por su personal. Igual que en una empresa de producción, esta crecerá con una ampliación de la maquinaria o de las naves industriales, en una empresa de servicios, esta crecerá si aumenta su personal.

Suponiendo que la idea de negocio marcha correctamente, Localicex será capaz de asesorar a un mayor número de clientes si cuenta con un mayor personal. Por ello, en una empresa como la nuestra, la estrategia de crecimiento está estrechamente ligada con la proyección del plan de recursos humanos y la inversión en un aumento de gasto en personal.

Además de los empleados trabajando en la oficina principal en Madrid (dirección, *data scientist* y *business y marketing analyst*), a partir de 2022, un año después del comienzo de la actividad de Localicex, contrataremos dos comerciales que serán una figura clave para la estrategia de expansión del negocio a otras grandes ciudades españolas. Los comerciales se encargarán de la captación activa de clientes en otras

ciudades, es decir, la búsqueda de empresas de nueva creación, pequeñas y medianas empresas que busquen abrir un establecimiento fuera de Madrid, ya que, la información de la que disponemos nos permite asesorar también a dichas empresas fuera de la provincia. A través de los comerciales ampliaremos nuestro mercado de forma exponencial obteniendo una alta rentabilidad ya que, por nuestro modelo de negocio, el expandirse a otras provincias no supondrá la necesidad de apertura de nuevas oficinas ni otras costosas inversiones, pudiéndose realizar el servicio desde la oficina de Madrid y tan solo incurriendo en gastos adicionales de movilidad por parte de alguno de los empleados. La posibilidad de acceder a nuevos clientes a través de los comerciales incrementará drásticamente el número de clientes y por ello la necesidad de una mayor plantilla para afrontar la carga de trabajo, de ahí que, en 2022, se duplique el personal de Localicex y consecuentemente, por el aumento de clientes, incrementen los ingresos en un 50% .⁹

En 2022 se contratarán se contratarán dos comerciales en Barcelona y Valencia, contratándose cada año uno más en Bilbao, Sevilla y Zaragoza respectivamente

En aumento de plantilla llevará aparejado un cambio de oficina en Madrid en 2023, ya durante sus dos primeros años Localicex trabajará desde un HUB, es decir, un espacio de coworking para empresas de nueva creación el cual ofrece facilidades a emprendedores entre ellas, un precio bajo de alquiler en una ubicación óptima en el centro financiero de Madrid, Impact Hub en la Torre Picasso, Azca.

En 2023, Localicex se posicionará en una nueva oficina que alquilará cuya localización se discutirá en un futuro.

⁹ Véase tabla de previsión de ingresos en la página 31

5. PLAN FINANCIERO

5.1 Hipótesis

Para la correcta elaboración de un plan financiero y consecuentemente los estados financieros de una empresa de nueva creación, es imprescindible idear una serie de hipótesis que respalden cifras tan importantes como el número de clientes, la cifra de negocios y el crecimiento de los ingresos a ciertos años.

Con el fin de que la elaboración de este modelo financiero sea lo más realista posible, he decidido realizar previsiones de aquí a cinco años vista, ya que, en una empresa de nueva creación, sería casi ficticio intentar proyectar cifras fieles y relevantes a diez o quince años.

Comenzaré por la previsión de ingresos. Para ello, tendré que atender a tres factores, en primer lugar, el precio fijado para nuestros servicios, luego los clientes estimados en el primer año y, por último, el crecimiento de la empresa en los cuatro años consecutivos.

El precio será fijado en base a lo ya expuesto en este trabajo, es decir, según el tamaño de la empresa cliente y según el número de horas invertidas en este. Por ello, existirá un precio fijo inicial que será de 1.500 € para empresas de nueva creación, 2.500 € para empresas pequeñas y 3.500 € para empresas medianas. A estas tarifas fijas se les sumará el total de multiplicar el número de horas invertidas en el proyecto por el precio por hora. De esta forma, el precio por hora para empresas de nueva creación será de 100 €, para empresas pequeñas de 10 € y para empresas medianas de 200 €. Para calcular el ingreso total del primer año habrá que estimar el número de clientes de cada tipo, y el número de horas invertidas en cada uno de ellos.

El número de horas invertidas con clientes se estiman de 20 en empresas de nueva creación, 35 en pequeñas empresas y 45 en medianas empresas. Estas serán las horas de reunión con el cliente, ya que es necesaria la comunicación de información entre ambos, así como la puesta en común de objetivos del servicio. Es evidente que a cada cliente se

le dedica más horas que las que se cobran, las cuales vendrán incluidas en el precio fijo por cliente. Sin embargo, es importante añadir una variable al precio, en este caso, el tiempo, ya que se empleará un mayor esfuerzo a proyectos más complejos como pueden ser los de grandes empresas con organización y estructuras más enredadas.

Una vez estimadas las horas que se invertirán a cada tipo de cliente, habría que hacer una previsión del número de clientes de cada tipo.

Por ello, he estimado un total de 45 clientes en el primer año, de los cuales 31 son empresas de nueva creación, 12 pequeñas empresas y 2 medianas empresas.

El hecho de que el 69% de los clientes estimados para el primer año se trate de empresas de nueva creación, tiene sentido debido a tres factores. El primero es que son los clientes con menos arraigo a su intuición como empresario, ya que no tienen precedentes a los que seguir, y por ellos, más abiertos a consejos ajenos. El segundo factor es que son los más aversos al riesgo por lo general ya que, están realizando de por sí una inversión en un nuevo negocio que conlleva un riesgo muy elevado, y buscan activamente formas por las que mitigar ese riesgo, siendo la adecuada localización de su nuevo local una de ellas. Por último, el último factor a tener en cuenta para esta estimación es el hecho de que la mayoría de las conversaciones que hemos tenido previamente a la elaboración de la idea de negocio de Localicex, ha sido con emprendedores, siendo estos los clientes potenciales de Localicex en sus comienzos.

Siguiendo el esquema de estimación de ingresos el primer año, el total sería de 226.500 euros. En el cuadro mostrado aquí abajo se puede apreciar el número de clientes por mes y su consecuente ingreso.

2020		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO				
Ingresos por clientes	Precio/ hora	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Facturación		
Empresas de nueva creación	1.500 €	100,00 €	2	7.000,00 €	2	7.000,00 €	3	10.500,00 €	2	7.000,00 €	3	10.500,00 €		
Pequeñas Empresas	2.500 €	150,00 €	0	0,00 €	1	7.750,00 €	1	7.750,00 €	2	15.500,00 €	1	7.750,00 €		
Medianas Empresas	3.500 €	200,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €		
TOTAL INGRESOS INVITADOS			2	7.000 €		3	14.750,00 €		4	18.250,00 €		4	22.500,00 €	18.250 €

Ingreso mensual

enero		febrero		marzo		abril		mayo	
	7.000 €		14.750 €		18.250 €		22.500 €		18.250 €

YO	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL
Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Nº Clientes Nuevos	Facturación	Facturación total	
3	10.500,00 €	2	7.000,00 €	2	7.000,00 €	4	14.000,00 €	3	10.500,00 €	2	7.000,00 €	3	10.500,00 €	108.500,00 €	
1	7.750,00 €	1	7.750,00 €	0	0,00 €	1	7.750,00 €	1	7.750,00 €	1	7.750,00 €	2	15.500,00 €	98.000,00 €	
0	0,00 €	1	12.500,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €	0	0,00 €	1	12.500,00 €	0	0,00 €	25.000,00 €	
4	18.250,00 €	4	27.250,00 €	2	7.000,00 €	5	21.750,00 €	4	18.250,00 €	4	27.250,00 €	5	26.000,00 €	226.500 €	

YO

junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total Anual 2020
18.250 €	18.250 €	27.250 €	7.000 €	21.750 €	18.250 €	27.250 €	226.500 €

10

Los ingresos de Localicex durante los primeros meses serán tendiendo a bajos pero consideramos que el número de clientes es el apropiado ya que este periodo de inicio de la actividad empresarial se empleará básicamente en la estructuración y organización del negocio así como la captación de clientes, sobre todo de medianas empresas. Invertir tiempo en la captación de estos clientes el crucial para la viabilidad y crecimiento de nuestro negocio ya que son los con los que más se ingresa, los que más publicidad pueden dar a nuestro negocio y, los que son más tendentes a volver a necesitar de nuestros servicios por tener estrategias de expansión más agresivas que una pequeña empresa y desde luego, que una de nueva creación. Entorno a Julio se espera asesorar a nuestra primera mediana empresa.

El crecimiento del primer al segundo año se prevé que sea de un significativo 50% debido a tres factores. En primer lugar, a la captación de un mayor número de pequeñas y medianas empresas cuya facturación por cliente es mayor que las empresas de nueva creación. En segundo lugar, a la agresiva estrategia de expansión a Barcelona y Valencia con la contratación de nuestros comerciales en dichas ciudades, lo que multiplicará en número clientes de Localicex y, por último, la ampliación de plantilla a más del doble de

¹⁰ Fuente: elaboración propia

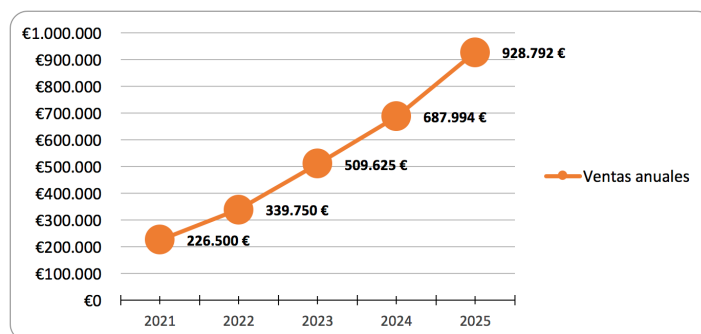
empleados que el año anterior, siendo posible el asesoramiento de un mayor número de clientes.

Esta previsión de crecimiento se repite del año 2022 al 2023 por las mismas razones.

En los años consecutivos hasta el 2025 se espera un crecimiento del 35% por año ya que las estrategias de expansión, aunque siguiendo activas, llevan un ritmo menos agresivo que los primeros años. Con estos índices tiramos a ser cautelosos, ya que, durante estos primeros cinco años, se espera sobretodo el afianzamiento de la idea de negocio y su correcta ejecución, posicionándonos en el mercado.

El hecho de que se trate de un servicio tan innovador dirigido a un nicho de mercado, y, unido con lo expuesto sobre las perspectivas de crecimiento en el mercado en el que opera Localicex en el punto dos de este trabajo se espera que durante estos cinco primeros años y sobretodo pasado este periodo de asentamiento del negocio, Localicex crezca hasta múltiplos de 15x en un periodo de 10 años.

Más abajo, se puede apreciar en el cuadro la previsión de crecimiento de los ingresos en los próximos cinco años. De estas cifras partiremos para la elaboración de los estados financieros y sus proyecciones.



11

¹¹ Fuente: Elaboración propia

Así como la previsión de ingresos es necesaria para la elaboración de los estados financieros, también es importante realizar hipótesis sobre los costes fijos y variables de los primeros meses para hacernos a la idea de cuál es la tesorería necesaria para hacer frente a estos costes y por ende, cuál será la financiación inicial del negocio, de la que hablaremos en el siguiente apartado.

Por ello, en el siguiente cuadro se podrán observar los gastos tanto fijos como variables en los que incurrirá Localicex en el primer mes.

Gastos Variables		10.927 €
Alquiler		1.000 €
Servicios telefónicos	20 € 4	80 €
Seguros		150 €
Sueldos		9.467 €
Reparaciones	1,00%	55 €
Servicios profesionales		150 €
Material de oficina		25 €
Gastos Fijos		1.750 €
Publicidad		250 €
Suscripción Geoblink		1.500 €
GASTO TOTAL PRIMER MES		12.677 €¹²

5.2 Inversión inicial y formas de financiación

La inversión inicial se basará básicamente en la compra de mobiliaria para el HUB, equipos informáticos para el personal, la constitución de la patente, y la activación de la página web y la constitución de una cuenta bancaria con efectivo suficiente como para hacer frente a los gastos generados de la actividad empresarial durante los primeros tres meses, en caso de que existan problemas de liquidez durante este tiempo.

¹² Fuente: Elaboración propia

Por ello, el balance de situación de Localicex a 1 de enero de 2021 tiene la siguiente forma;

INVERSIÓN INICIAL		
ACTIVO	1/1/21	IVA
A) ACTIVO NO CORRIENTE	17.000,00 €	
I. Inmovilizado Intangible	11.500,00 €	
Propiedad Industrial	1.500,00 €	
Aplicaciones informáticas	10.000,00 €	2.100,00 €
II. Inmovilizado Material	5.500,00 €	
Mobiliario	1.000,00 €	210,00 €
Equipos informáticos	4.000,00 €	840,00 €
Impresora	500,00 €	
B) ACTIVO CORRIENTE	41.180,00 €	
Hacienda Pública deudora de IVA	3.150,00 €	3.150,00 €
Tesorería	38.030,00 €	
TOTAL ACTIVO	58.180,00 €	

13

Como se puede observar en dicho balance, el activo estará financiado por un lado con un préstamo con una entidad bancaria de 20.000 € y con el levantamiento de capital social de 38.180 €. Dicho capital se obtendrá a partir de una ronda de financiación ofrecida a amigos y familiares los cuales serán los primeros inversores de Localicex.

De aquí a cinco años, cuando la empresa crezca, dichos inversores venderán la mayor parte de sus acciones a un fondo de capital riesgo. Dicha compra aumentará significativamente el valor de la empresa.

FINANCIACIÓN INICIAL	
A) PATRIMONIO NETO	38.180,00 €
I. Fondos Propios	
Capital	38.180,00 €
II. Resultado de ejercicios anteriores	
III. Resultado del ejercicio	- €
B) PASIVO NO CORRIENTE	16.534,36 €
Deudas a largo plazo	16.534,36 €
C) PASIVO CORRIENTE	3.465,64 €
Deudas a corto plazo	3.465,64 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	58.180,00 €

14

¹³ Fuente: Elaboración propia

¹⁴ Fuente: Elaboración propia

5.3 Presentación de estados financieros

Durante este epígrafe hare una presentación de los tres principales estados financieros; balance de situación, estado de flujos de caja y cuenta de pérdidas y ganancias. Para ello, realizaré una estimación de las anotaciones de estos tres estados durante el primer año (enero a diciembre 2021) y en base a estos, las proyecciones de los años posteriores.

Como bien sabemos, estos tres estados están interconectados por medio de múltiples conceptos contables, por ello, la correcta elaboración de estos es crucial para plasmar la imagen fiel de cifras clave como pueden ser la caja disponible o el resultado del ejercicio, conceptos muy relevantes para inversores.

5.3.1 Balance de situación

El balance de situación, como bien sabemos, es una “fotografía” del patrimonio de la empresa y como está este organizado a una determinada fecha. Por ello, patrimonio de la empresa está dividido en el activo, tanto corriente como no corriente, dependiendo de su liquidez, el pasivo, que también se diferencia entre corriente o no corriente, dependiendo de la cercanía en las que se tengan que hacer frente las obligaciones, y por último el patrimonio neto.

En una empresa, el activo, está financiado tanto por recursos propios, representados por el capital social aportado por los socios e inversores de la empresa y los resultados beneficiosos generados por la propia empresa (patrimonio neto), como por recursos ajenos, es decir, deuda contraída con terceros ya sean entidades bancarias o comerciales (pasivo). Por ello, la ecuación que sigue el balance de situación de una empresa es la siguiente:

$$\textit{Suma total del activo} = \textit{Suma total del pasivo} + \textit{Suma total del patrimonio neto}$$

Si observamos esta ecuación, es fácil darse cuenta de que es la suma de los recursos propios y ajenos los que van a financiar todo el patrimonio perteneciente al activo.

Como ya he explicado más arriba cuando hablaba de la inversión inicial, en una empresa de nueva creación es más lógico que prime la financian propio frente la ajena ya que, terceros como bancos están más reacios a prestar un dinero sin fundamento alguno de su devolución. Sin embargo, los socios e inversores conocer la idea de negocio, las proyecciones de la empresa y los posibles retornos que ofrece, por ello es normal que sean estos los que aportando su capital financien la actividad empresarial durante los primeros años. La empresa optará por financieros mediante recursos ajenos (deuda) una vez que esta haya entrado en un estado de maduración donde el negocio es más estable y genera unos flujos de caja sanos y constantes capaces de ir repagando el principal de los préstamos contraídos. El endeudamiento es un método de financiación atractivo cuando la empresa llega a ese estado de maduración, como ya he mencionado, por dos factores; el primero, que el coste de la deuda siempre es menor que el coste de *equity*, y el segundo, que al llevar el pago del principal aparejado el pago de unos intereses los cuales se consideran gastos financieros, estos minoran la cifra de beneficios de la empresa, minorando también la cifra de impuestos a pagar por este beneficio.

Sin embargo, y como ya he explicado, nuestro activo, en un primer momento, será financiado en un 66% por recursos propios (38.180 €) y un 34% por recursos ajenos (20.000 €). El balance de situación del primer año, mes a mes, tendrá la siguiente forma;

ACTIVO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
A) ACTIVO NO CORRIENTE	17.272 €	17.464 €	17.656 €	17.847 €	18.039 €	18.231 €	18.422 €	18.614 €	18.806 €	18.997 €	19.189 €	19.381 €	20.267 €
I. Inmovilizado Intangible	11.892 €	11.883 €	12.075 €	12.267 €	12.458 €	12.650 €	12.842 €	13.033 €	13.225 €	13.417 €	13.608 €	13.800 €	13.800 €
Propiedad Industrial	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Aplicaciones Informáticas	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €
Amortización Acum. Inm. Intangible	-122 €	-383 €	-575 €	-767 €	-958 €	-1.150 €	-1.342 €	-1.533 €	-1.725 €	-1.917 €	-2.108 €	-2.300 €	-2.300 €
II. Inmovilizado Material	5.381 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	5.581 €	6.467 €
Impresora	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Mobiliario	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
Equipos Informáticos	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €
Amortización Acum. Inm. Material	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-81 €	-967 €
B) ACTIVO CORRIENTE	23.252 €	31.945 €	37.450 €	34.308 €	34.000 €	36.881 €	37.300 €	24.993 €	38.936 €	29.981 €	39.011 €	51.425 €	87.487 €
Tesorería	23.252 €	31.945 €	37.450 €	34.308 €	34.000 €	36.881 €	37.300 €	24.993 €	38.936 €	29.981 €	39.011 €	51.425 €	87.487 €
TOTAL ACTIVO	40.525 €	49.409 €	55.106 €	52.155 €	52.039 €	55.111 €	55.723 €	43.607 €	57.742 €	48.978 €	58.200 €	70.806 €	107.753 €
A) PATRIMONIO NETO	31.741 €	37.554 €	40.179 €	43.366 €	40.179 €	40.179 €	46.929 €	31.741 €	42.804 €	40.179 €	46.929 €	45.991 €	87.798 €
Fondos Propios													
Capital	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €	38.180 €
Reserva Legal													
Reserva voluntaria													
Resultado del ejercicio	-6.439 €	-420 €	1.999 €	5.186 €	1.999 €	1.999 €	8.749 €	-6.439 €	4.624 €	1.999 €	8.749 €	7.811 €	29.613 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	12.820 €
Deudas a largo plazo con ent. Crédito	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	1.068 €	12.820 €
C) PASIVO CORRIENTE	7.715 €	10.787 €	13.859 €	7.720 €	10.792 €	13.864 €	7.721 €	10.793 €	13.865 €	7.721 €	10.803 €	23.766 €	27.141 €
Deudas a corto plazo	300 €	302 €	303 €	305 €	307 €	309 €	310 €	312 €	314 €	316 €	318 €	319 €	373 €
Otros pasivos corrientes:													
CGSA	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €	2.380 €
HP Acreedora por IRPF	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €	1.065 €
HP Acreedora por IS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	9.871 €	9.871 €
HP Acreedora por IVA	3.070 €	6.340 €	9.211 €	3.070 €	6.340 €	9.211 €	3.070 €	6.340 €	9.211 €	3.070 €	6.340 €	9.211 €	9.211 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	40.525 €	49.409 €	55.106 €	52.155 €	52.039 €	55.111 €	55.723 €	43.607 €	57.742 €	48.978 €	58.200 €	70.806 €	107.753 €

¹⁵ Fuente: Elaboración propia

Por nuestro modelo de negocio, basado en la prestación de un servicio, no encontraremos en el activo una inversión grande en instalaciones o existencias, como puede ser el de una tienda o un restaurante. Por ello, en el activo del primer año podemos observar una inversión de 10.000 € en la activación de la página web la cual se trata de una herramienta fundamental para el desempeño de nuestra actividad, y esta se amortizará en cinco años debido a sus características y necesaria actualización. Se puede observar en el activo no corriente dicho balance, con la amortización acumulada correspondiente a cada mes. Dentro del inmovilizado intangible también encontramos lo referente a propiedad industrial con un valor de 1.500 €. La amortización de estos activos se calculará por un sistema lineal y estimando una vida útil de cinco años, correspondiendo a este primer año una amortización acumulada, que minora el valor de dichos activos de 2.300 €.

Otro activo a destacar es, evidentemente los equipos informáticos, cuyo valor corresponde a cuatro equipos, uno por empleado, de 1.000 € cada uno, además de la inversión en mobiliario y acondicionamiento del HUB, todo esto ora vez con su correspondiente amortización acumulada de un total de 966 € siguiendo la misma fórmula de amortización que el inmovilizado intangible salvo el mobiliario que se amortizará en 15 años.

Dentro del activo corriente, encontraremos la tesorería disponible a final de cada mes, existiendo en bancos 87.486 € a final de año. Dicha caja se puede calcular restando a los recursos totales (propios y ajenos) el total de los activos. Los recursos que no están asociados a dichos activos será lo que Localicex tiene disponible en bancos. Dicha cifra se explicará en profundidad cuando expongamos el estado de flujos de caja de la empresa.

El total de este activo (107.53 €) estará financiado por el pasivo y por el patrimonio neto. Por un lado, en el patrimonio neto encontramos el capital social aportado por los socios en un primero momento, 38.180 €, al que se le sumará el resultado del ejercicio del primer año, cuya cifra proviene del cálculo de los ingresos y gastos de la cuenta de pérdidas y ganancias, con un total de 29.612 €. Durante los primeros meses, como se puede observar, el resultado del ejercicio será negativo, pero este se irá compensando con los resultados positivos de los meses siguientes hasta llegar a la cifra

mencionada. Dicha cifra se explicará con más intensidad a la hora de exponer la cuenta de pérdidas y ganancias de Localicex.

Por otro lado, se encuentra el pasivo, que estará integrado por el préstamo adquirido como financiación inicial de 20.000 €, entre otros. Dicho préstamo será pagadero según el cuadro de amortización encontrado en el anexo de este trabajo.

Como se puede observar, las deudas a corto plazo de cada mes corresponden con el repago mensual del principal, atribuyendo al primer año un total de 3.714,33 € en términos de deuda a corto plazo, y, 12.820,03 € a pagar en un largo plazo (pasivo no corriente).

Por otra parte, el pasivo corriente estará integrado por las deudas con las organizaciones sociales acreedoras por lo correspondiente a la seguridad social de los empleados, así como las obligaciones con Hacienda Pública por impuestos como el Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF), Impuesto de Sociedades (IS) e Impuesto por el Valor Añadido (IVA).

El balance de los años siguientes será parecido al explicado del primer salvo ciertas diferencias derivadas de decisiones estratégicas de crecimiento tomadas por la dirección de Localicex.

Como ya he explicado en el plan de recursos humanos, se planea aumentar la plantilla cada año, lo que requerirá el alquiler de una oficina más grande a partir de 2023, lo cual no figurará en el balance si no en la cuenta de pérdidas y ganancias, pero requerirá de la compra de mobiliario (además del ya existente para el HUB) y un aumento de los equipos informáticos, reflejando su amortización en el balance como ya he explicado anteriormente.

En el 2023, con el fin de potenciar el crecimiento de nuestra empresa, se hará otra ronda de financiación que supondrá un aumento del capital social de 11.8220 €, elevándose a un total de 50.000 € de capital social. Además, en el patrimonio neto figurarán cuentas como reserva legal, la cual supone el 10% del resultado del ejercicio del año anterior y reserva voluntaria que será el restante 90% de dicho resultado. Al

tratarse de una empresa de nueva creación que busca el crecimiento acelerado, Localicex lleva se acoge a una política de no reparto de dividendos con el fin de reinvertir todo beneficio en la empresa para su próspero desarrollo y como plan de autofinanciación hasta el año cinco.

El pasivo estará integrado de nuevo por el préstamo bancario contraído al inicio de la actividad empresarial, y por las deudas con los entes públicos y organizaciones sociales, las cuales serán cada vez mayores, por el progresivo aumento de personal en la empresa.

El balance de situación de los años posteriores, año a año, tendrá la siguiente forma;

BALANCE DE SITUACIÓN CON PREVISIÓN A 5 AÑOS					
ACTIVO	2021	2022	2023	2024	2025
A) ACTIVO NO CORRIENTE	20.267 €	28.533 €	42.333 €	50.367 €	57.833 €
I. Inmovilizado Intangible	11.500 €	11.500 €	11.500 €	11.500 €	11.500 €
Propiedad Industrial	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Aplicaciones informáticas	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €
Amortización Acum. Inm. Intangible	-2.300 €	-4.600 €	-6.900 €	-9.200 €	-11.500 €
II. Inmovilizado Material	5.500 €	10.500 €	20.000 €	23.500 €	26.000 €
Impresora	500 €	500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Mobiliario	1.000 €	1.000 €	7.500 €	8.000 €	8.500 €
Equipos informáticos	4.000 €	9.000 €	11.000 €	14.000 €	16.000 €
Amortización Acum. Inm. Material	-967 €	-1.933 €	-3.933 €	-6.167 €	-8.833 €
B) ACTIVO CORRIENTE	87.487 €	83.781 €	201.907 €	379.215 €	728.218 €
Tesorería	87.487 €	83.781 €	201.907 €	379.215 €	728.218 €
TOTAL ACTIVO	107.753 €	112.314 €	244.240 €	429.582 €	786.052 €
A) PATRIMONIO NETO	67.793 €	73.515 €	172.641 €	327.977 €	627.219 €
<i>Fondos Propios</i>					
Capital	38.180 €	38.180 €	50.000 €	50.000 €	50.000 €
Reserva Legal	0 €	2.961 €	3.533 €	12.264 €	27.798 €
Reserva voluntaria	0 €	26.651 €	31.801 €	110.377 €	250.180 €
Resultado del ejercicio	29.613 €	5.722 €	87.307 €	155.336 €	299.242 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	12.820 €	8.839 €	4.573 €	0 €	0 €
Deudas a largo plazo con ent. Crédito	12.820 €	8.839 €	4.573 €	0 €	0 €
C) PASIVO CORRIENTE	27.141 €	29.960 €	67.026 €	101.605 €	158.833 €
Deudas a corto plazo	3.714 €	3.981 €	4.267 €	4.573 €	0 €
<i>Otros pasivos corrientes:</i>					
OSSA	3.280 €	6.456 €	7.477 €	9.363 €	10.384 €
HP Acreedora por IRPF	1.065 €	1.753 €	1.978 €	2.390 €	2.615 €
HP Acreedora por IS	9.871 €	1.907 €	29.102 €	51.779 €	99.747 €
HP Acreedora por IVA	9.211 €	15.863 €	24.203 €	33.500 €	46.087 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	107.753 €	112.314 €	244.240 €	429.582 €	786.052 €

16

¹⁶ Fuente: Elaboración propia

5.3.2 Cuenta de pérdidas y ganancias

La cuenta de pérdidas y ganancias refleja los gastos e ingresos imputables a la actividad de una empresa durante un periodo determinado. De esta forma, se incluirán los gastos e ingresos devengados durante un determinado ejercicio y los cuales son sujetos a tributación. Tras restarle al ingreso obtenido de los servicios ofrecidos a nuestros clientes los diferentes gastos, llegaremos al resultado del ejercicio, el cual aparecerá aumentando, o disminuyendo en el caso de que este fuera negativo, el patrimonio neto de la empresa en el balance de situación del año siguiente. Debido a nuestra política de no distribución de dividendos, el resultado del ejercicio positivo del año anterior se incorporará al patrimonio neto por completo, aumentando así la financiación de la empresa mediante recursos propios y por ende favoreciendo el crecimiento de Localicex.

Comenzaré por analizar la cuenta de pérdidas y ganancias del primer año. Como ya he explicado, la primera línea de dicha cuenta es el importe neto de la cifra negocios, es decir, lo ingresado cada mes por Localicex en función de sus clientes. Dicha cifra se calcula siguiendo la fórmula del precio ya explicada anteriormente, haciendo una distinción entre empresas de nueva creación, pequeñas empresas y medianas empresas.

A dicha cifra, habrá que restarle los gastos de personal, los gastos de explotación y los gastos de amortización del inmovilizado para llegar al resultado de explotación, o el beneficio antes de intereses e impuestos (BAII). A dicha cifra se le restará los intereses provenientes del préstamo contraído para llegar al resultado antes de impuesto (BAI) al que se le aplicará el tipo aplicable para calcular el impuesto sobre el beneficio y llegar, por último, al resultado del ejercicio.

Por las características de Localicex, una consultora tecnológica que ofrece un servicio, los principales gastos a los que tendrá que hacer frente Localicex los primeros años será de sueldos y salarios de sus dos empleados, lo que producirá una gran disminución de los ingresos totales, sobre todo a partir del 2022 por el gran aumento de personal.

En el siguiente gráfico podemos observar que el gasto en personal representa alrededor del 85% de los gastos de Localicex de los primeros cinco años.



17

Otra vez, el hecho de que ofrezcamos un servicio y no un producto, hace que de los gastos de explotación no deriven de cuentas como coste de los bienes vendidos o compra de mercaderías, las cuales van asociadas al resultado ventas. Sin embargo, nosotros tendremos gastos casi fijos sin que estos dependan del número de clientes que tengamos. Dichos gastos serán los estrictamente necesarios para llevar a cabo cualquier tipo de negocio (mantenimiento, material de oficina, publicidad y propaganda, seguros..) y, la prima acordada con Geoblink, nuestro proveedor para su suministro de información en base a lo ya explicado más arriba, el gasto más relevante de esta sección, junto con el alquiler.

Por otro lado, habrá que tener en cuenta también los gastos que devienen de la amortización del inmovilizado.

Lo “bueno” de estos gastos es que son un *non-cash expense*, es decir, este gasto no lleva aparejado ningún desembolso de efectivo, pero, sin embargo, sí que minora el resultado de explotación y consecuentemente minora también el total de impuesto sobre el beneficio a pagar (al ser este menor).

Los resultados de los primeros meses son, como es de esperar, negativos, ya que LOocalicex, ingresa menos de lo que gasta. Sin embargo, se espera que en la segunda mitad de año la empresa capte un mayor número de clientes y un par de empresas medianas, las más atractivas en términos de ingresos. Por ello, se espera que estos

¹⁷ Fuente: Elaboración propia

resultados negativos de los primeros meses se contrarresten con los meses siguientes para llegar a un resultado del ejercicio de 29.612 €. Una cifra un tanto baja, pero, como ya he explicado, este primer ejercicio estará más encaminado en captar clientes, buscar la estabilidad y esencia del negocio y mejorar día a día nuestro servicio. Este es un factor clave para entender el crecimiento de los próximos años.

La cuenta de pérdidas y ganancias del primer año, mes a mes , tendrá la siguiente forma;

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Ventas													
Importe neto de la cifra de negocios	7.000 €	14.750 €	18.250 €	22.500 €	18.250 €	18.250 €	27.250 €	7.000 €	21.750 €	18.250 €	27.250 €	26.000 €	226.500 €
TOTAL INGRESOS	7.000 €	14.750 €	18.250 €	22.500 €	18.250 €	18.250 €	27.250 €	7.000 €	21.750 €	18.250 €	27.250 €	26.000 €	226.500 €
Gastos de personal													
Sueldos y salarios:	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	9.467 €	113.600 €
Dirección	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	2.800 €	33.600 €
Data Scientist	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	60.000 €
B&M Analyst	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	1.667 €	20.000 €
Comercial													
S.S. a cargo de la empresa	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	2.679 €	32.149 €
Gastos de explotación	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	3.060 €	36.720 €
Servicios profesionales	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	1.800 €
Reparaciones	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	660 €
Limpieza	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Suscripción Geoblink	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	18.000 €
Alquileres	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	12.000 €
Internet	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Alarma	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Primas de seguros (respon civil y incendios y robos)	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Publicidad y propaganda online	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	3.000 €
Suministros	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Servicios telefónicos	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	960 €
Material de oficina	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	300 €
Amortización del Inmovilizado	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	272 €	3.267 €
Alii Aplicaciones Informáticas	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	167 €	2.000 €
Alii Propiedad Industrial	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	300 €
AIM Mobiliario	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	6 €	67 €
AIM Impresora	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	8 €	100 €
AIM EPI	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	67 €	800 €
Gastos Totales	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	15.478 €	185.735 €
Resultado de Explotación (BAII)	-8.478 €	-728 €	2.772 €	7.022 €	2.772 €	2.772 €	11.772 €	-8.478 €	6.272 €	2.772 €	11.772 €	10.522 €	40.765 €
Intereses de préstamos	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	107 €	1.281 €
Resultado financiero	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-107 €	-1.281 €
Resultado antes de impuestos (BAI)	-8.585 €	-835 €	2.665 €	6.915 €	2.665 €	2.665 €	11.665 €	-8.585 €	6.165 €	2.665 €	11.665 €	10.415 €	39.484 €
Tipo de impuesto	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
Impuesto sobre beneficios	-2.146 €	-209 €	666 €	1.729 €	666 €	666 €	2.916 €	-2.146 €	1.541 €	666 €	2.916 €	2.604 €	9.871 €
Resultado del ejercicio (BDI)	-6.439 €	-626 €	1.999 €	5.186 €	1.999 €	1.999 €	8.749 €	-6.439 €	4.624 €	1.999 €	8.749 €	7.811 €	29.613 €

18

En cuanto a la cuenta de pérdidas y ganancias de los años posteriores, está se realizará siguiendo el mismo esquema que la ya analizada, presentando algunas diferencias debido a nuestra estrategia de crecimiento.

En primer lugar, el importe neto de la cifra de negocios será calculado en base a la previsión de ingresos explicada más arriba.

¹⁸ Fuente: Elaboración propia

Dichas diferencias se basan, como ya he mencionado durante la exposición del balance de situación, en el aumento de plantilla y la apertura de una oficina. Sin embargo, dicha inversión en un aumento del personal conllevará la mayor agilidad en los negocios y la mejor gestión de múltiples clientes, aumentando exponencialmente los ingresos durante estos años, como ya he explicado tanto en el plan de recursos humanos como en la previsión de ingresos.

Por ello, y remitiéndome a lo expuesto, los gastos de personal aumentarán considerablemente, siendo estos, una vez más y debido a las características de nuestra empresa, los más significativos a hacer frente por Localicex.

Otra línea a destacar será la de los gastos del resultado de explotación, aunque se siguen tratando de costes fijos (sin apenas costes variables como en la elaboración de un producto), aumentarán debido a la apertura de nuestra oficina como consecuencia del aumento de plantilla, dejando atrás el HUB de coworking. Localicex ha decidido que se alquilará anualmente una oficina por un total de 18.000 € al año (creciendo al ritmo de la inflación), lo que figurará como un gasto y por ende no como un activo propio del patrimonio de la empresa. Dicho gasto irá acompañado por otros derivados de la apertura de un local (alarmas, suministros, material de oficina...)

En cuanto a los gastos de amortización, estos crecerán levemente por la adquisición de mobiliario para la oficina y equipos informáticos para los nuevos empleados.

La previsión es que, como se puede observar en el cuadro aquí abajo, los beneficios después de impuestos se multipliquen por 10x aproximadamente.

En el siguiente cuadro se podrá observar la proyección cuenta de pérdidas y ganancias de los siguientes cinco años.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas					
Importe neto de la cifra de negocios	226.500 €	339.750 €	509.625 €	687.994 €	928.792 €
TOTAL INGRESOS	226.500 €	339.750 €	509.625 €	687.994 €	928.792 €
Gastos de personal					
Sueldos y salarios:	113.600 €	223.600 €	258.936 €	324.275 €	359.618 €
Dirección	33.600 €	33.600 €	33.936 €	34.275 €	34.618 €
Data Scientist	60.000 €	120.000 €	120.000 €	150.000 €	150.000 €
B&M Analyst	20.000 €	40.000 €	60.000 €	80.000 €	100.000 €
Comercial	- €	30.000 €	45.000 €	60.000 €	75.000 €
S.S. a cargo de la empresa	32.149 €	63.279 €	73.279 €	91.770 €	101.772 €
Gastos de explotación	36.720 €	38.862 €	52.022 €	53.742 €	55.113 €
Servicios profesionales	1.800 €	1.836 €	1.873 €	1.910 €	1.948 €
Reparaciones y mantenimiento	660 €	1.260 €	2.400 €	2.820 €	3.120 €
Limpieza	- €	- €	2.000 €	2.040 €	2.081 €
Suscripción Geoblink	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €
Alquileres	12.000 €	12.240 €	18.000 €	18.360 €	18.727 €
Servicios de internet	- €	- €	288 €	294 €	300 €
Alarma	- €	- €	500 €	510 €	520 €
Primas de seguros (respon civil y incendios y robos	- €	- €	1.000 €	1.020 €	1.040 €
Publicidad y propaganda online	3.000 €	3.060 €	3.121 €	3.184 €	3.247 €
Suministros	- €	- €	700 €	714 €	728 €
Servicios telefónicos	960 €	2.160 €	2.640 €	3.360 €	3.840 €
Material de oficina	300 €	306 €	1.500 €	1.530 €	1.561 €
Amortización del Inmovilizado	3.266,67	4.066,67	5.900,00	7.533,33	9.566,67
All Aplicaciones informáticas	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
All Propiedad Industrial	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
AIM Mobiliario	67 €	67 €	500 €	533 €	567 €
AIM impresora	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
AIM EPI	800 €	1.600 €	3.000 €	4.600 €	6.600 €
Gastos Totales	185.735 €	329.807 €	390.137 €	477.320 €	526.069 €
	98.625 €	97.448 €	99.307 €	101.222 €	103.175 €
Resultado de Explotación (BAII)	40.765 €	9.943 €	119.488 €	210.674 €	402.722 €
Intereses de préstamos	1.281 €	2.313 €	3.079 €	3.559 €	3.733 €
Resultado financiero	- 1.281 €	- 2.313 €	- 3.079 €	- 3.559 €	- 3.733 €
Resultado antes de impuestos (BAI)	39.484 €	7.629 €	116.409 €	207.114 €	398.989 €
Tipo de impuesto	25%	25%	25%	25%	25%
Impuesto sobre beneficios	9.871 €	1.907 €	29.102 €	51.779 €	99.747 €
Resultado del ejercicio (BDI)	29.613 €	5.722 €	87.307 €	155.336 €	299.242 €

19

¹⁹ Fuente: Elaboración propia

5. 3.3 Estados de flujos de caja

La cuenta de tesorería, o los estados de flujo de caja, refleja una imagen fiel de la salida y entrada de efectivo de la empresa durante un ejercicio. Por ello, se elabora a partir del balance situación y la cuenta de pérdidas y ganancias.

De esta forma, necesitaremos los balances de situación de un año y del siguiente, de forma que un crecimiento del activo de un año a otro será una salida de caja, y viceversa y un crecimiento de pasivo será un aumento de caja, y viceversa. Además del balance de situación se necesitará, evidentemente, la cuenta de pérdidas y ganancias para apuntar el efectivo obtenido a través de clientes, y la salida de caja que ha supuesto los gastos de dicho ejercicio.

En el primer año, contamos con un saldo inicial de 58.180 €, los cuales fueron obtenidos a través de un levantamiento de capital de 38.180 € y un préstamo bancario de 20.000 €.

A este efectivo inicial le sumaremos o restaremos tres tipos de entrada o salida de caja, la caja derivada de las operaciones de la empresa, la caja derivada de la inversión y la caja derivada de la financiación.

La caja derivada de las operaciones de la empresa será la que resulte de restar a los ingresos al contado de los clientes los gastos normales de explotación.

La caja de inversión será aquella utilizada para el aumento del inmovilizado de un año a otro (salida de caja) o la proveniente de la venta de este (entrada de caja).

La caja de financiación será aquella salida de efectivo para pagar el principal del préstamo, así como sus intereses, si la empresa repartiese dividendos, dicha salida de efectivo estaría incluida en este renglón.

Por ello, por simplificar la fórmula, al efectivo inicial se le sumará lo obtenido por los clientes y se le restará el pago de los gatos de explotación, la inversión en inmovilizado y el pago del principal del préstamo y sus intereses. La caja resultante se incorporará en el balance de situación del año siguiente como efectivo inicial.

El estado de flujos de caja del primer año, mes a mes, tendrá la siguiente forma;

Tesorería	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Saldo inicial	58.180 €	32.531 €	31.634 €	36.109 €	42.965 €	45.573 €	50.053 €	61.664 €	53.027 €	61.012 €	63.629 €	75.246 €	58.180 €
Caja de operaciones	-8.137 €	387 €	4.983 €	7.383 €	3.113 €	4.983 €	12.113 €	-8.137 €	8.483 €	3.113 €	12.113 €	12.793 €	52.334 €
Cobros operativos	7.000 €	14.750 €	30.141 €	22.500 €	18.250 €	30.141 €	27.250 €	7.000 €	33.641 €	18.250 €	27.250 €	37.891 €	274.065 €
Por prestación de servicios	7.000 €	14.750 €	18.250 €	22.500 €	18.250 €	18.250 €	27.250 €	7.000 €	21.750 €	18.250 €	27.250 €	26.000 €	226.500 €
IVA Repercutido	- €	- €	11.891 €	- €	- €	11.891 €	- €	- €	11.891 €	- €	- €	11.891 €	47.565 €
Pagos operativos	15.137 €	15.137 €	25.138 €	15.137 €	15.137 €	25.138 €	15.137 €	15.137 €	25.138 €	15.137 €	15.137 €	25.138 €	221.731 €
Gastos de personal	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	7.801 €	93.611 €
SS pagada	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	3.301 €	39.606 €
IRPF retenciones pagadas	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	976 €	11.710 €
Servicios profesionales	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	1.800 €
Reparaciones	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	660 €
Limpieza	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Suscripción Geoblink	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	18.000 €
Alquileres	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	12.000 €
Internet	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Alarma	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Primas de seguros (respon civil y incend)	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Publicidad y propaganda online	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	3.000 €
Suministros	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Otros servicios (telefonía)	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	960 €
Material de oficina	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	300 €
Pago trimestres Iva	- €	- €	7.279 €	- €	- €	7.279 €	- €	- €	7.279 €	- €	- €	7.279 €	29.116 €
Pago IS	- €	- €	2.742 €	- €	- €	2.742 €	- €	- €	2.742 €	- €	- €	2.742 €	10.966 €
Caja de inversión	17.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	17.000 €
Propiedad Industrial	1.500 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	1.500 €
Aplicaciones Informáticas	10.000 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	10.000 €
Acondicionamiento local	500 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	500 €
Mobiliario	1.000 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	1.000 €
EPI	4.000 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	4.000 €
Caja de financiación	311 €	510 €	508 €	508 €	505 €	503 €	508 €	500 €	498 €	498 €	498 €	493 €	6.028 €
Pago principal del préstamo	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	396 €	4.747 €
Pago intereses del préstamo	116 €	114 €	113 €	113 €	109 €	108 €	106 €	103 €	101 €	99 €	97 €	97 €	1.281 €
Pago dividendo	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Ampliación de capital	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
SALDO FINAL	32.531 €	31.634 €	36.109 €	42.965 €	45.573 €	50.053 €	61.664 €	53.027 €	61.012 €	63.629 €	75.246 €	87.487 €	87.487 €

20

Se seguirá la misma metodología para elaborar la cuenta de tesorería de los años posteriores atendiendo a la salida de caja por pagos operativos, así como la salida de caja de la inversión en distintos activos a lo largo de los años.

Tesorería	2021	2022	2023	2024	2025
Saldo inicial	58.180 €	87.487 €	83.781 €	201.907 €	379.215 €
Caja de operaciones	52.334 €	7.073 €	145.958 €	186.035 €	356.424 €
Cobros operativos	274.065 €	411.098 €	616.646 €	832.472 €	1.123.838 €
Por prestación de servicios	226.500 €	339.750 €	509.625 €	687.994 €	928.792 €
IVA Repercutido	47.565 €	71.348 €	107.021 €	144.479 €	195.046 €
Pagos operativos	221.731 €	404.024 €	470.688 €	646.437 €	767.414 €
Gastos de personal	93.611 €	188.365 €	218.761 €	275.002 €	305.403 €
SS pagada	39.606 €	78.046 €	71.105 €	110.475 €	123.587 €
IRPF retenciones pagadas	11.710 €	22.870 €	25.960 €	42.115 €	48.450 €
Servicios profesionales	1.800 €	1.836 €	1.873 €	1.910 €	1.948 €
Reparaciones	660 €	1.260 €	2.400 €	2.820 €	3.120 €
Limpieza	- €	- €	2.000 €	2.040 €	2.081 €
Suscripción Geoblink	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €
Alquileres	12.000 €	12.240 €	18.000 €	18.360 €	18.727 €
Internet	- €	- €	288 €	294 €	300 €
Alarma	- €	- €	200 €	200 €	200 €
Primas de seguros (respon civil y incend)	- €	- €	300 €	300 €	300 €
Publicidad y propaganda online	3.000 €	3.060 €	3.121 €	3.184 €	3.247 €
Suministros	- €	- €	1.200 €	1.200 €	1.200 €
Otros servicios (telefonía)	960 €	2.160 €	2.640 €	3.360 €	3.840 €
Material de oficina	300 €	306 €	1.500 €	1.530 €	1.561 €
Pago trimestres Iva	29.116 €	56.799 €	88.471 €	124.702 €	171.760 €
Pago IS	- €	9.871 €	1.907 €	29.102 €	51.779 €
IVA Soportado	10.966 €	9.211 €	12.962 €	11.843 €	11.912 €
Caja de inversión	17.000 €	5.000 €	10.500 €	3.500 €	2.500 €
Propiedad Industrial	1.500 €	- €	- €	- €	- €
Aplicaciones Informáticas	10.000 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento local	500 €	- €	1.000 €	- €	- €
Mobiliario	1.000 €	- €	7.500 €	500 €	500 €
EPI	4.000 €	5.000 €	2.000 €	3.000 €	2.000 €
Caja de financiación	6.028 €	5.779 €	17.332 €	5.227 €	4.921 €
Pago principal del préstamo	4.746,63 €	4.747 €	4.747 €	4.747 €	4.747 €
Pago intereses del préstamo	1.280,99 €	1.032 €	766 €	480 €	174 €
Pago dividendo	- €	- €	- €	- €	- €
Ampliación de capital	- €	- €	11.820,00 €	- €	- €
SALDO FINAL	87.487 €	83.781 €	201.907 €	379.215 €	728.218 €

21

²⁰ Fuente: Elaboración propia

²¹ Fuente: Elaboración propia

5.4 WACC

El WACC (*weighted average cost of capital*) es el coste medio ponderado de capital y es utilizado como una tasa de descuento con el fin de saber el valor de una empresa, así como el coste del capital que financia la empresa. Además, otro de los factores que mide el WACC es el riesgo que sustenta la empresa ya que, en una empresa con un mayor riesgo, el inversor exigirá un mayor retorno y por ello el WACC tendrá que ser mayor. Los principales factores que afectan a la variación de esta tasa son la estructura de capital, el coste de la deuda y el coste del *equity*, además otros como ya veremos más adelante.

Para calcular el WACC, nos serviremos de la siguiente fórmula;

$$WACC = \frac{E}{E + D} * R_E + \frac{D}{E + D} * R_D * (1 - T)$$

Donde;

E = Total de recursos propios (Equity)

D= Total de recursos ajenos (Debt)

Re = Coste de los recursos propios (return equity)

Rd= Coste de los recursos ajenos (return debt)

T= Tasa impositiva corporativa

Si nos fijamos en la fórmula, nos damos cuenta de simplemente suma de forma ponderada los costes de los recursos propios y de los recursos ajenos, por ello, tendremos que examinar nuestra estructura de capital y dichos costes.

La estructura de capital son los porcentajes que nos dirán que parte de la empresa está financiada por deuda y que parte por *equity*. En un primer momento, si nos remitimos

a lo expuesto en cuento a la inversión inicial, nos damos cuenta de que de todo el capital disponible en un momento cero, el 34% es deuda y el 66% equity, por lo tanto, esa será nuestra estructura de capital.

Para calcular el coste de la deuda nos remitiremos al interés anual que soporta nuestra empresa por el préstamo de 20.000 €, es decir, 6,95%. Además, dicha tasa deberá ser multiplicada por (1-T) ya que los intereses pagados por el préstamo son deducibles fiscalmente al figurar como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias. La tasa impositiva corporativa en España es para empresas que ingresen menos de 10 millones de euros al año es del 25% según Santander Trade.²²

El cálculo del coste del *equity* es un tanto más complicado, y para ello nos serviremos del *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Dicho modelo sigue la siguiente fórmula;

$$R = R_f + \beta_c (R_m - R_f)$$

Donde;

R_f = Tasa libre de riesgo

B_l = Beta apalancada

R_m-R_f = Prima de riesgo de mercado

Por ello, para calcular nuestro coste de *equity*, habrá que sumarle a la tasa libre de riesgo, la prima de riesgo de mercado multiplicada por la beta apalancada.

Para averiguar la tasa libre de riesgo nos basaremos en el bono alemán a 10 años, concluyendo que está será de un 0,50%.

²² Santander Trade

La prima de riesgo del mercado español es aquel *premium* que el inversor demande por invertir en valores con riesgo frente a *risk-free* como pueden ser los bonos del estado.

En España, la prima de riesgo de mercado es de 6,7% ²³. A esta prima de riesgo del mercado español hay que sumarle otro 5,3% debido al riesgo adicional que supone operar en el mercado de *start-ups*. Resulta así una prima de riesgo de 12%.

Por último, tendremos que calcular la beta de nuestra empresa. La beta es una medida que nos dice cual es la volatilidad que presentan las acciones de nuestra empresa respecto al comportamiento del mercado. La beta estará influenciada por el riesgo de la industria en la que opera la empresa, y por la estructura de capital que esta presenta.

Para calcular la beta cogeremos la beta desapalancada para nuestra industria. Según Adamodar NY Stern, la beta para la industria de *information services* es de 1.²⁴ Una beta de uno significa que el negocio se moverá de la misma forma que el mercado, es decir, si el IBEX 35 sube, las acciones de la empresa subirán de forma proporcionada. Sin embargo, la beta desapalancada para *start-ups* en nuestro sector será un poco mayor debido al riesgo que estos negocios suponen. Además, tenemos que atender a nuestra estructura de capital, lo cual hace nuestra beta aun más sensible a los movimientos del mercado, resultando en una beta de 1,81.

Si seguimos la fórmula anterior, tendríamos un coste de los recursos propios de 22,23%.

Cálculo del coste del equity	
Rf	0,50%
MRP	12,00%
Beta Levered	1,81
Beta Unlevered	1,3
Ke	22,23%

²⁵

²³ Statista, 2020

²⁴ Adamodar UN Stern

²⁵ Fuente: Elaboración propia

Como ya tenemos la estructura de capital, la tasa impositiva y los costes del *equity* y de la deuda, podemos calcular el WACC, que será de 16,38%.

Cálculo del WACC	
Rd	6,95%
Re	22,23%
% deuda	34%
% equity	66%
corporate tax shield	25%
WACC	16,38%

²⁶

5.5 VAN y TIR

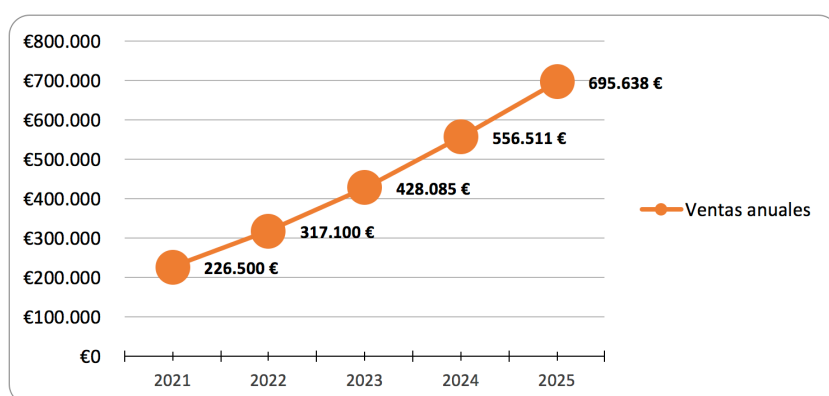
El VAN y el TIR son dos conceptos clave a analizar en cualquier proyecto de empresa ya que nos dirá que tan oportuno puede ser dicho negocio. A parte de proporcionar la buena o mala esperanza de vida de un proyecto, nos aporta datos cruciales para los inversores de dicho proyecto.

El VAN es el Valor Actual Neto y representa el valor actual de los flujos de caja tanto entrantes como salientes durante un tiempo determinado. Dichos flujos de caja serán descontados al coste de capital, es decir, al WACC de la empresa. Se llama valor actual neto, no solo porque descuenta dichos flujos al presente sino porque habrá que restarles la inversión inicial, de ahí el “neto”, lo que representa una salida de caja en un momento cero.

Por ello, cualquier VAN mayor a cero significará que lo que genera la empresa es mayor a lo que se ha invertido en ella, lo cual es importante para determinar la viabilidad del negocio.

²⁶ Fuente: Elaboración propia

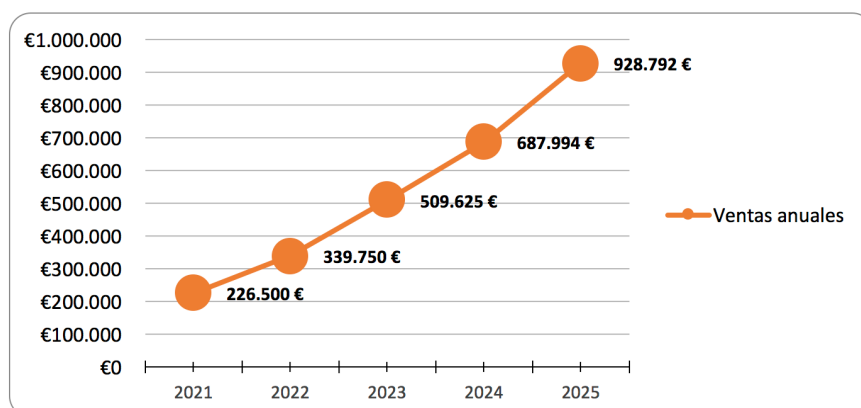
Por lo tanto, el VAN nos dará una aproximación del valor de la empresa. Sin embargo, no sería realista dar con un precio exacto cuando estamos valorando una *start-up*, ya que hay muchos factores que pueden afectar a dicha valoración. Por ello, lo más coherente sería hacer un análisis de sensibilidad que barajase distintos precios en función de distintos escenarios de ingresos (uno optimista, uno pesimista, y el estimado en este trabajo) y distintos WACCs (uno mayor, uno menor y el calculado en este trabajo). El primer escenario será uno en el que el crecimiento de ingresos año a año no alcance el esperado en este trabajo;



27

Un escenario pesimista en la previsión de ingresos dará lugar a unos flujos de caja menores respecto a los calculados a lo largo de esta exposición.

El segundo escenario sería el relativo al curso esperado de Localicex, por lo que la previsión de ingresos tendría la siguiente trayectoria;

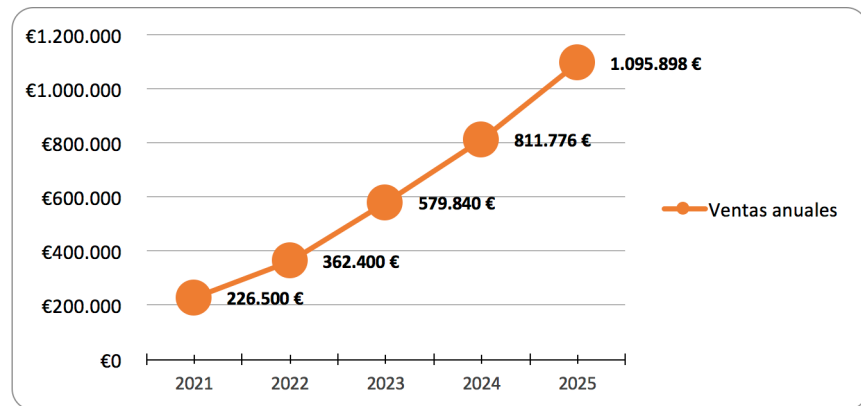


28

²⁷ Fuente: Elaboración propia

²⁸ Fuente: Elaboración propia

Por último, también hemos elaborado un escenario en el cual el crecimiento de los ingresos supere a los esperados, al que hemos llamado escenario optimista;



29

Los flujos de caja variarán en función de unos ingresos mayores o menores (mírese flujos de caja según escenario en el apéndice), lo que supondrá un valor de la empresa mayor o menor también en función de cada escenario.

Además de los flujos de caja, también contamos con la tasa de descuento (el WACC) como variable al calcular el valor de la empresa. Por ello, analizaremos escenarios en los que la tasa de descuento sea el 20%, el 16,38% y el 10%.

Tres escenarios distintos de previsión de ingresos descontados a tres diferentes WACCs supone un análisis de sensibilidad del valor de la empresa frente a estas dos variables que resultará en nueve precios distintos.

Gracias a este análisis los inversores podrán barajar diferentes escenarios y los consecuentes precios de Localicex.

²⁹ Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en base a los explicado en este trabajo y con el fin de no posicionarnos en situaciones extremistas, estimamos que Localicex tenga un valor de 648.538,59 €.

VAN				
WACC				
Previsión de ingresos		10%	16,38%	20%
	Pesimista	445.682,35 €	336.712,51 €	289.340,27 €
	Normal	866.785,97 €	648.538,59 €	554.402,63 €
	Optimista	1.301.679,27 €	973.712,82 €	832.402,52 €

30

El TIR es la Tasa Interna de Retorno y su cálculo estimará el retorno de los posibles inversores. Dicha tasa se calcula igualando el VAN a cero y despejando la tasa de descuento de los flujos de caja.

Si barajamos un escenario pesimista en cuanto a la previsión de ingresos, que disminuiría los flujos de casa generados por Localicex, encontramos un retorno para los inversores del 153%;

ANÁLISIS FLUJOS DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA			
Períodos	Fecha	Flujos de fondo	
0	31/12/20	-	58.180 €
1	31/12/21		92.292 €
2	31/12/22		69.524 €
3	31/12/23		103.671 €
4	31/12/24		177.859 €
5	31/12/25		334.506 €
TIR		153%	

31

³⁰ Fuente: Elaboración propia

³¹ Fuente: Elaboración propia

Según las previsiones realizados a lo largo de este trabajo, y en base a los flujos de caja generados en una situación normal, los inversores verían un retorno de 188% en cinco años.

ANÁLISIS FLUJOS DE CAJA			
Períodos	Fecha	Flujos de fondo	
0	31/12/20	-	58.180 €
1	31/12/21		87.487 €
2	31/12/22		83.781 €
3	31/12/23		201.907 €
4	31/12/24		379.215 €
5	31/12/25		728.218 €

TIR	188%
-----	------

32

En el caso de que los resultados de ingresos superen las expectativas, incrementando los flujos de caja, los inversores verían un retorno del 220%, al desembolsar la misma cantidad inicial, y recibir más en cinco años;

ANÁLISIS FLUJOS DE CAJA SCENARIO OPTIMISTA			
Períodos	Fecha	Flujos de fondo	
0	31/12/20	-	58.180 €
1	31/12/21		92.292 €
2	31/12/22		117.202 €
3	31/12/23		297.368 €
4	31/12/24		594.317 €
5	31/12/25		1.095.019 €

TIR	220%
-----	------

33

Es importante notar que, unos retornos tan altos son normales en los primeros años de una *start-up* con características como las de Localicex. Esto se debe al relativamente bajo capital inicial aportado y a la generación de flujos de caja sanos desde el primer momento.

Una vez calculado el VAN y el TIR nos damos cuenta de que nuestro negocio es rentable y viable.

³² Fuente: Elaboración propia

³³ Fuente: Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

Una vez realizado el plan de negocio, llegamos a la conclusión de que Localicex es una empresa rentable, que presenta un modelo empresarial que refrenda la creencia de que Localicex será una empresa solvente y perdurará en el tiempo.

El análisis de mercado llevado a cabo nos demuestra con evidencias que Localicex encontrará con éxito su lugar en el mercado de la consultoría y los servicios de información ya que se aprecia que no existen empresas que aborden la actividad que propone Localicex. Es más, en el análisis DAFO hemos podido resaltar las fortalezas y oportunidades inherentes a nuestra empresa, colocándonos en una posición de ventaja respecto a otros jugadores del sector. Pero, además, el plan elaborado ha sido capaz de mitigar o incluso eliminar los posibles riesgos derivados de nuestras debilidades y amenazas, como la colaboración empresarial con el único posible competidor.

Gracias al plan de recursos humanos y a la estructura de la estrategia de expansión, podemos decir con certeza que las previsiones de ingresos previstas en el plan financiero son francamente realistas. Según lo explicado en este trabajo, nos damos cuenta de que, por las características del servicio ofrecido, Localicex puede llevar a cabo un plan de expansión muy sencillo, efectivo y económicamente rentable. Por esta razón, me atrevo a decir que, en un futuro no muy lejano, Localicex será capaz de atravesar fronteras y posicionarse en diversos países, sin que esto suponga un gran esfuerzo operacional y económico.

A parte de un análisis de mercado favorable y de una buena estrategia de expansión, en mi opinión, un plan financiero que demuestre la rentabilidad de la empresa es crucial para determinar si la empresa será viable en un futuro. Como podemos observar a lo largo de la explicación del plan financiero, los estados financieros de Localicex están realizados en base a cifras que encuentran su fundamento en una razón lógica y explicada. Es decir, las cantidades encontradas en cada una de estas cuentas no provienen de meras especulaciones, sino que son cantidades altamente meditadas, lo cual nos hace pensar que

los estados financieros reflejan una información que no dista en gran medida de la posible realidad. De todas formas, y con el fin de ser lo más precavidos y exactos posible, Localicex ha elaborado tres posibles escenarios de los que partir para llegar a las conclusiones financieras. Del análisis de los tres escenarios, nos damos cuenta de que incluso en el peor de los casos, Localicex presenta unos datos más que favorables para el Valor Actual Neto de la empresa y la Tasa Interna de Retorno para los inversores.

7. BIBLIOGRAFÍA, FUENTES DE DATOS Y FUENTES DE TABLAS Y GRÁFICOS

7.1 Bibliografía

AULET, B., *La disciplina de emprender*, Ed. LID, 3º Edición, 2015

DE LA TORRE, I., ARCANO PARTNERS, *España, ¿una nación emprendedora?*, Madrid, 2019

7.2 Fuente de datos

Base de datos EInforma, Información de Empresas

Encuesta HSBC Navigator, 2019

Iberinform

7.3 Fuente de tablas y gráficos

Análisis de mercado;

Iberinform

Plan Financiero;

Elaboración propia

8. ANEXOS

Tabla de amortización del préstamo;

PRESTAMO						
Capital inicial del préstamo		20.000 €				
Interés mensual		0,579%				
Tipo de interés anual		6,95%				
Cuotas		12				
Meses en 5 años		60				
Cuota Mensual		395,55 €				

Fechas	Cuota	Intereses	Principal	Capital amortizado acumulado	Capital pendiente	Suma de intereses
dic-20					20.000,00 €	
ene-21	395,55 €	115,83 €	279,72 €	279,72 €	19.720,28 €	
feb-21	395,55 €	114,21 €	281,34 €	561,06 €	19.438,94 €	
mar-21	395,55 €	112,58 €	282,97 €	844,03 €	19.155,97 €	
abr-21	395,55 €	110,95 €	284,61 €	1.128,63 €	18.871,37 €	
may-21	395,55 €	109,30 €	286,26 €	1.414,89 €	18.585,11 €	
jun-21	395,55 €	107,64 €	287,91 €	1.702,80 €	18.297,20 €	
jul-21	395,55 €	105,97 €	289,58 €	1.992,38 €	18.007,62 €	
ago-21	395,55 €	104,29 €	291,26 €	2.283,64 €	17.716,36 €	
sept-21	395,55 €	102,61 €	292,95 €	2.576,59 €	17.423,41 €	
oct-21	395,55 €	100,91 €	294,64 €	2.871,23 €	17.128,77 €	
nov-21	395,55 €	99,20 €	296,35 €	3.167,58 €	16.832,42 €	
dic-21	395,55 €	97,49 €	298,06 €	3.465,64 €	16.534,36 €	
TOTAL 2021	4.746,63 €	1.280,99 €	3.465,64 €			1.280,99 €
ene-22	395,55 €	95,76 €	299,79 €	3.765,43 €	16.234,57 €	
feb-22	395,55 €	94,03 €	301,53 €	4.066,96 €	15.933,04 €	
mar-22	395,55 €	92,28 €	303,27 €	4.370,23 €	15.629,77 €	
abr-22	395,55 €	90,52 €	305,03 €	4.675,26 €	15.324,74 €	
may-22	395,55 €	88,76 €	306,80 €	4.982,06 €	15.017,94 €	
jun-22	395,55 €	86,98 €	308,57 €	5.290,63 €	14.709,37 €	
jul-22	395,55 €	85,19 €	310,36 €	5.600,99 €	14.399,01 €	
ago-22	395,55 €	83,39 €	312,16 €	5.913,15 €	14.086,85 €	
sept-22	395,55 €	81,59 €	313,97 €	6.227,12 €	13.772,88 €	
oct-22	395,55 €	79,77 €	315,78 €	6.542,90 €	13.457,10 €	
nov-22	395,55 €	77,94 €	317,61 €	6.860,52 €	13.139,48 €	
dic-22	395,55 €	76,10 €	319,45 €	7.179,97 €	12.820,03 €	
TOTAL 2022	4.746,63 €	1.032,30 €	3.714,33 €			2.313,29 €
ene-23	395,55 €	74,25 €	321,30 €	7.501,27 €	12.498,73 €	
feb-23	395,55 €	72,39 €	323,16 €	7.824,44 €	12.175,56 €	
mar-23	395,55 €	70,52 €	325,04 €	8.149,47 €	11.850,53 €	
abr-23	395,55 €	68,63 €	326,92 €	8.476,39 €	11.523,61 €	
may-23	395,55 €	66,74 €	328,81 €	8.805,20 €	11.194,80 €	
jun-23	395,55 €	64,84 €	330,72 €	9.135,92 €	10.864,08 €	
jul-23	395,55 €	62,92 €	332,63 €	9.468,55 €	10.531,45 €	
ago-23	395,55 €	60,99 €	334,56 €	9.803,11 €	10.196,89 €	
sept-23	395,55 €	59,06 €	336,50 €	10.139,60 €	9.860,40 €	
oct-23	395,55 €	57,11 €	338,44 €	10.478,04 €	9.521,96 €	
nov-23	395,55 €	55,15 €	340,40 €	10.818,45 €	9.181,55 €	
dic-23	395,55 €	53,18 €	342,38 €	11.160,82 €	8.839,18 €	
TOTAL 2023	4.746,63 €	765,77 €	3.980,86 €			3.079,05 €
ene-24	395,55 €	51,19 €	344,36 €	11.505,18 €	8.494,82 €	
feb-24	395,55 €	49,20 €	346,35 €	11.851,54 €	8.148,46 €	
mar-24	395,55 €	47,19 €	348,36 €	12.199,90 €	7.800,10 €	
abr-24	395,55 €	45,18 €	350,38 €	12.550,27 €	7.449,73 €	
may-24	395,55 €	43,15 €	352,41 €	12.902,68 €	7.097,32 €	
jun-24	395,55 €	41,11 €	354,45 €	13.257,13 €	6.742,87 €	
jul-24	395,55 €	39,05 €	356,50 €	13.613,63 €	6.386,37 €	
ago-24	395,55 €	36,99 €	358,56 €	13.972,19 €	6.027,81 €	
sept-24	395,55 €	34,91 €	360,64 €	14.332,83 €	5.667,17 €	
oct-24	395,55 €	32,82 €	362,73 €	14.695,56 €	5.304,44 €	
nov-24	395,55 €	30,72 €	364,83 €	15.060,39 €	4.939,61 €	
dic-24	395,55 €	28,61 €	366,94 €	15.427,34 €	4.572,66 €	
TOTAL 2024	4.746,63 €	480,12 €	4.266,51 €			
ene-25	395,55 €	26,48 €	369,07 €	15.796,41 €	4.203,59 €	
feb-25	395,55 €	24,35 €	371,21 €	16.167,61 €	3.832,39 €	
mar-25	395,55 €	22,20 €	373,36 €	16.540,97 €	3.459,03 €	
abr-25	395,55 €	20,03 €	375,52 €	16.916,49 €	3.083,51 €	
may-25	395,55 €	17,86 €	377,69 €	17.294,18 €	2.705,82 €	
jun-25	395,55 €	15,67 €	379,88 €	17.674,06 €	2.325,94 €	
jul-25	395,55 €	13,47 €	382,08 €	18.056,14 €	1.943,86 €	
ago-25	395,55 €	11,26 €	384,29 €	18.440,44 €	1.559,56 €	
sept-25	395,55 €	9,03 €	386,52 €	18.826,96 €	1.173,04 €	
oct-25	395,55 €	6,79 €	388,76 €	19.215,72 €	784,28 €	
nov-25	395,55 €	4,54 €	391,01 €	19.606,73 €	393,27 €	
dic-25	395,55 €	2,28 €	393,27 €	20.000,00 € -	0,00 €	
TOTAL 2025	4.746,63 €	173,96 €	4.572,66 €			

Tabla de sueldos, salarios y obligaciones con Organismos Públicos;

DETALLE NÓMINAS	2021	2022	2023	2024	2025
Dirección	1	1	1	1	1
Fijo Bruto al mes 2 socios	2.800 €	2.800,00 €	2.828,00 €	2.856,28 €	2.884,84 €
Sueldo Anual Bruto	33.600 €	33.600 €	33.936 €	34.275 €	34.618 €
Tipo de Ret. aplicable IRPF	20,14%	20,14%	20,14%	20,14%	20,14%
Retenciones IRPF	6.767,04 €	6.767,04 €	6.834,71 €	6.903,06 €	6.972,09 €
Tipo de Ret. Aplicable SS	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%
Retenciones SS trabajador	2.133,60 €	2.133,60 €	2.154,94 €	2.176,49 €	2.198,25 €
Tipo SS Cuota Patronal	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%
SS Cuota patronal	9.508,80 €	9.508,80 €	9.603,89 €	9.699,93 €	9.796,93 €
Data Scientist	2	4	4	5	5
Fijo Bruto al mes	5.000 €	5.000,00 €	10.100,00 €	15.301,50 €	15.454,52 €
Sueldo Anual Bruto	60.000 €	120.000 €	120.000 €	150.000 €	150.000 €
Tipo de Ret. aplicable IRPF	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%
Retenciones IRPF	4.506,00 €	9.012,00 €	9.012,00 €	11.265,00 €	11.265,00 €
Tipo de Ret. Aplicable SS	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%
Retenciones SS trabajador	3.810,00 €	7.620,00 €	7.620,00 €	9.525,00 €	9.525,00 €
Tipo SS Cuota Patronal	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%
SS Cuota patronal	16.980,00 €	33.960,00 €	33.960,00 €	42.450,00 €	42.450,00 €
Bussines & Marketing Analyst	1	2	3	4	5
Fijo Bruto al mes	1.667 €	1.666,67 €	1.683,33 €	6.666,67 €	13.466,67 €
Sueldo Anual Bruto	20.000 €	40.000 €	60.000 €	80.000 €	100.000 €
Tipo de Ret. aplicable IRPF	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%
Retenciones IRPF	1.502,00 €	3.004,00 €	4.506,00 €	6.008,00 €	7.510,00 €
Tipo de Ret. Aplicable SS	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%
Retenciones SS trabajador	1.270,00 €	2.540,00 €	3.810,00 €	5.080,00 €	6.350,00 €
Tipo SS Cuota Patronal	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%
SS Cuota patronal	5.660,00 €	11.320,00 €	16.980,00 €	22.640,00 €	28.300,00 €
Comerciales	0	2	3	4	5
Fijo Bruto al mes	- €	2.500,00 €	5.050,00 €	7.650,75 €	7.727,26 €
Sueldo Anual Bruto	- €	30.000 €	45.000 €	60.000 €	75.000 €
Tipo de Ret. aplicable IRPF	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%	7,51%
Retenciones IRPF	- €	2.253,00 €	3.379,50 €	4.506,00 €	5.632,50 €
Tipo de Ret. Aplicable SS	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%	6,35%
Retenciones SS trabajador	- €	1.905,00 €	2.857,50 €	3.810,00 €	4.762,50 €
Tipo SS Cuota Patronal	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%	28,30%
SS Cuota patronal	- €	8.490,00 €	12.735,00 €	16.980,00 €	21.225,00 €
Total empleados	4	9	11	14	16

Tabla de amortizaciones del activo;

Cuadro de amortizaciones			2021	2022	2023	2024	2025
A.I. Intangible	Aplicaciones informáticas	Vida útil 5 años					
	Precio de adquisición		10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €	10.000 €
	Dotación de amortización		2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
	Amortización acumulada		2.000 €	4.000 €	6.000 €	8.000 €	10.000 €
	Patente	Vida útil 5 años					
	Precio de adquisición		1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
	Dotación de amortización		300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
	Amortización acumulada		300 €	600 €	900 €	1.200 €	1.500 €
A.I. material	Mobiliario	Vida útil 15 años					
	Precio de adquisición		1.000 €	1.000 €	7.500 €	8.000 €	8.500 €
	Dotación de amortización		67 €	67 €	500 €	533 €	567 €
	Amortización acumulada		67 €	133 €	633 €	1.167 €	1.733 €
	Acondicionamiento Local	Vida útil 5 años					
	Precio de adquisición		500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
	Dotación de amortización		100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
	Amortización acumulada		100 €	200 €	300 €	400 €	500 €
	EPI	Vida útil 5 años					
	Precio de adquisición		4.000 €	4.000 €	7.000 €	8.000 €	10.000 €
	Dotación de amortización		800 €	800 €	1.400 €	1.600 €	2.000 €
	Amortización acumulada		800 €	1.600 €	3.000 €	4.600 €	6.600 €
Total A.A.I.Intangible			2.300 €	4.600 €	6.900 €	9.200 €	11.500 €
Total A.A.I.Material			967 €	1.933 €	3.933 €	6.167 €	8.833 €