



**COMILLAS**

UNIVERSIDAD PONTIFICIA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES

ICADE E-2

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
APLICACIÓN MÓVIL:  
TUPLAZA**

Autor: Jon Herrera Lizarraga  
Directora: María Jesús Giménez Abad

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. *INTRODUCCIÓN*
  - 1.2 Contextualización del tema
  - 1.3 Objetivos del trabajo
  - 1.4 Metodología
  - 1.5 Estructura del trabajo
2. *PRIMER CAPÍTULO: ASPECTOS PRINCIPALES DEL NEGOCIO*
  - 2.1 Idea de negocio
  - 2.2 Nombre de la empresa
  - 2.3 Misión, visión y valores
    - 2.3.1 Misión
    - 2.3.2 Visión
    - 2.3.3 Valores
3. *SEGUNDO CAPÍTULO: ANÁLISIS DEL ENTORNO*
  - 3.1 Investigación del mercado
    - 3.1.1 Análisis del sector
    - 3.1.2 Análisis del entorno macroeconómico: PESTEL
    - 3.1.3 Análisis del entorno microeconómico: PORTER
    - 3.1.4 Análisis de los competidores
    - 3.1.5 Análisis DAFO
4. *TERCER CAPÍTULO: PLAN DE RECURSOS HUMANOS*
  - 4.1 Organigrama
  - 4.2 Descripción de los puestos de trabajo
  - 4.3 Política retributiva
5. *CUARTO CAPÍTULO: PLAN FINANCIERO*
  - 5.1 Plan de inversiones y financiación
  - 5.2 Estimaciones de los ingresos y gastos
    - 5.2.1 Estimación de los gastos
    - 5.2.2 Estimación de los ingresos
  - 5.3 Cuenta de resultados
  - 5.4 Escenarios
    - 5.4.1 Escenario pesimista
    - 5.4.3 Escenario optimista

6. *QUINTO CAPÍTULO: RESUMEN EJECUTIVO Y CONCLUSIONES*

7. *BIBLIOGRAFÍA*

## ÍNDICE DE IMÁGENES GRÁFICOS Y TABLAS

Ilustración 1: Índice de Motorización derivado de los turismos en España y los habitantes del mismo.....	13
Ilustración 2: Precio por hora del aparcamiento en España .....	15
Ilustración 3: Tasa de desempleo en España por trimestres (2017-2019) .....	18
Ilustración 4: Tasa de desempleo en España por trimestres (2019-2020) .....	19
Ilustración 5: Producto Interior Bruto en España en millones de euros .....	20
Ilustración 6: Evolución del IBEX 35 (2017-2020) .....	21
Ilustración 7: Evolución de la renta per cápita por habitante en España .....	22
Ilustración 8: Organigrama de la empresa .....	28
Ilustración 9: Gatos de Personal .....	31
Ilustración 10: Presupuesto de inversión de TUPLAZA.....	33
Ilustración 11: Financiación tanto ajena como propia de la aplicación .....	34
Ilustración 12: Gastos totales de sueldos y salarios y deuda a corto plazo para la empresa el primer año .....	35
Ilustración 13: Amortización de la aplicación móvil de la empresa .....	37
Ilustración 14: Gastos totales de la empresa el primer año .....	37
Ilustración 15: Ingresos necesarios para cubrir los gastos del primer año .....	40
Ilustración 16: Cuenta de resultados de los primeros cuatro años para TUPLAZA.....	42
Ilustración 17: Cuenta de resultados años 1-4 (Escenario Pesimista) .....	44
Ilustración 18: Cuenta de resultados años 1-4 (Escenario Optimista) .....	46

## **Resumen**

El presente trabajo se trata de un “business plan”, lo que se traduce en una expresión escrita de una idea de negocio. Esta idea de negocio consiste en la creación de una aplicación móvil, disponible para cualquier dispositivo, que prestará un servicio tanto a los poseedores de plazas de garajes privadas como a los demandantes de plazas de garaje, con el objetivo de sacar cierta rentabilidad a las plazas de garaje. La gran congestión que se genera en las ciudades con gran afluencia de gente, así como la contaminación que se genera y el tiempo que se pierde en buscar aparcamiento hacen que este plan de negocio cobre un gran sentido.

El objetivo principal de la realización de este plan de negocio es verificar la posible viabilidad de la idea de negocio, lo que supone la puesta a punto de la aplicación TUPLAZA.

**Palabras clave:** plan de negocio, plazas de garaje, aplicación, contaminación

## **Abstract**

The present work is a “business plan”, or what is the same, a phrased expression of a business idea. This business plan consists in the creation of a mobile application, available for any device, which will provide a service to both private garage owners and garage claimants, with the aim of getting some profitability to the parking spaces. The great congestion that is generated in the cities with large influx of people, as well as the pollution that is generated and the time that is lost looking for parking make this business plan make a great sense. The main objective of the realization of this business plan is to verify the possible viability of the business idea, which implies the development of the application TUPLAZA.

**Key words:** business plan, parking spaces, application, pollution

## **1. Introducción**

### **1.2 Contextualización del tema**

En el presente trabajo me dispongo a estudiar la viabilidad de una idea de negocio cuyo objetivo consiste en optimizar las plazas de garaje privadas de los particulares. Hoy en día, nos enfrentamos a un problema real de movimiento, de espacio y contaminación, generado en gran parte por la gran afluencia de coches que existe, ya que es el medio de transporte que más utilizan los ciudadanos y el que más crecimiento ha tenido en los últimos años. Según un estudio, la media de kilómetros recorrida en coche al día, por persona, en España en el año 1992 era de 17,2km. Sin embargo, esta media no ha hecho más que aumentar en estos años, alcanzando los 28,9 km de media al día por ciudadano en el año 2007. Lo cierto es que el automóvil es el vehículo, por excelencia, preferido de los usuarios para desplazarnos, y nos resulta extraño conocer alguna familia que no disponga de coche propio en España. Asimismo, España es el octavo país del mundo con mayores unidades de fabricación de coches del mundo, y es la responsable de fabricar casi 3 millones de unidades al año, lo que supone cerca del 3% de la fabricación mundial de automóviles.

Dicho lo cual, el mero hecho de que sea uno de los medios de transporte más utilizados, acarrea una multitud de problemas que se extrapolan a la sociedad, problemas como la contaminación, por ejemplo, la cual creció en un 8% entre los años 2008 y 2013 según la Organización Mundial de la Salud (OMS).

*Silvicultura: Conjunto de actividades relacionadas con el cultivo, el cuidado y la explotación de los bosques y los montes*

Todo este cúmulo de problemas pueden tener una repercusión muy negativa en el planeta tierra, y lo cierto es que estos problemas están yendo a más, no pudiendo frenar problemas como el crecimiento de la contaminación, como hemos podido comprobar.

Como posible alternativa a estos problemas nace la aplicación denominada TUPLAZA.

TUPLAZA surge, como vengo diciendo, de los problemas reales a los que nos enfrentamos al utilizar el coche, sobre todo en las grandes ciudades. Los problemas de aparcamiento, el tráfico, los altos costes de los parkings públicos, etc. En suma, me parecía una buena idea encontrar alguna herramienta para los ciudadanos con el fin de acabar con estos problemas y llegué a la conclusión de crear una aplicación para que los usuarios pudiesen alquilar las plazas de garaje privadas, a cambio de una contraprestación previamente acordada. Esto permitiría una descongestión del tráfico ya que los usuarios sabrían de primera mano donde ir para aparcar su coche, y es que, según un estudio realizado por Ecologistas en Acción, en España pasamos una media de 75 horas al año buscando aparcamiento, lo que se traduce en más de 3 días, o lo que es lo mismo, 12 minutos al día (29/12/2018, *Lowcostparking.es*, José). Me pareció un dato terriblemente problemático, ya no solo por el bienestar de las personas sino por el medioambiente. Cabe destacar que, en las ciudades como Londres o París con mayor tráfico, el tiempo de espera podría llegar a duplicarse.

Estos datos no hacen más que jugar a favor de la aplicación que permite a los usuarios alquilar sus plazas de garajes y voy a explicar, brevemente, un par de motivos que confirman este hecho.

En primer lugar, las grandes ciudades cuentan con una red de taxistas muy grande, en Madrid contamos con 15.974, mientras que en España contamos con casi 70.000 en el año 2020. Los taxistas trabajan unas 12 horas al día y la mayoría de los poseedores de los taxis, cuentan con una plaza de garaje privada donde guardan el coche una vez ha finalizado su jornada laboral.

En segundo lugar, es sabido que los precios de los parkings en Madrid, por ejemplo, son muy elevados, he aquí el dato. Según Tripadvisor, sitio web estadounidense que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes, el precio medio de los

parkings en Madrid ronda los 3 euros por hora, llegando a un umbral máximo de 30-35€ al día. Como podemos comprobar, el estacionamiento privado en Madrid es muy caro, pero dichos precios pueden verse rebajados si los usuarios de nuestra aplicación consiguen precios más competitivos, ofertando plazas de garajes privadas, donde los usuarios establezcan precios más bajos (en comparación con los parkings públicos) y sin tener que perder tiempo en buscar un aparcamiento en el que haya plazas libres, llevando parte de la clientela de los parkings públicos a utilizar nuestra aplicación. Ofertando unos precios más bajos, una plaza de garaje segura y menor tiempo de búsqueda, conseguiremos que los parkings públicos rebajen sus tarifas.

### **1.3 Objetivos del trabajo**

El trabajo, cuenta con uno objetivo principal y otros objetivos más específicos.

El objetivo general es formular un plan de negocio para la puesta a punto de una aplicación que facilite la búsqueda de aparcamiento.

En cuanto a los objetivos específicos, nos encontramos lo siguiente:

- Ofrecer una alternativa con un aire innovador al sector del parking.
- Conocer de primera mano todos los aspectos que engloban la aplicación, tales como el entorno, las fortalezas y debilidades de la misma, las posibles amenazas y competencia, los beneficios que aporta etc.
- Analizar la viabilidad y funcionamiento del proyecto mediante un plan de negocio.

### **1.4 Metodología**

La metodología empleada a lo largo del trabajo será deductiva ya que, una vez revisadas las actuales necesidades del mercado, se desarrollará un plan de negocio adecuado para la empresa TUPLAZA. Además, el objetivo del trabajo es crear un negocio viable, lo que conseguiremos una vez analicemos los competidores, las posibles oportunidades del mercado, los posibles inversores, los clientes y sobre todo, el modelo de ingresos y gastos que generaría el plan de negocio, lo que permitirá que TUPLAZA tenga una estructura consistente para estar preparada para salir al mercado.

## **1.5 Estructura del trabajo**

En cuanto a la estructura del trabajo, comenzaremos realizando una introducción sobre las principales características de la idea de negocio, explicando temas importantes como la visión, la misión o los valores.

En segundo lugar, realizaremos un análisis del entorno, analizando el entorno tanto macroeconómico como el microeconómico. Para ello, realizaremos un análisis PESTEL ( entorno macro) y un análisis basado en las cinco fuerzas de Porter (entorno macro). Todo ello irá acompañado de un análisis DAFO, el cual nos ayudará a plasmar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de nuestra idea de negocio.

En tercer lugar, realizaremos un plan de recursos humanos, el cual se basará en explicar tanto los puestos de trabajo de la empresa como la política retributiva.

En cuarto lugar, realizaremos un plan financiero. El plan financiero va a ser el guía para saber hacia donde va nuestra empresa. Estudiaremos tanto los planes de inversión, como los planes de financiación. Por otro lado, estimaremos los ingresos y los costes del modelo de negocio. Para concluir con el plan financiero, realizaremos dos posibles escenarios paralelos al escenario normal, que serán el escenario pesimista, en el cual los ingresos serán menores a los esperados, y un escenario optimista, en el cual tanto la acogida como los ingresos, serán mayores. Con esto, conseguiremos saber cómo serían los ingresos y gastos en los diferentes escenarios, para valorar la posible acogida de la idea de negocio en el mercado, desde diferentes perspectivas.

En último lugar, concluiremos el trabajo haciendo un resumen ejecutivo y aportando las oportunas conclusiones obtenidas del estudio de este trabajo.

## **2. PRIMER CAPÍTULO: ASPECTOS PRINCIPALES DEL NEGOCIO**

### **2.1 Idea de negocio**

La idea de negocio de este plan consiste en la creación de una aplicación que ofrezca la posibilidad, a los dueños de plazas de garaje privadas, de poder sacarle una rentabilidad a las plazas de garaje, ofertando dichas plazas a través de la aplicación.

Como he comentado anteriormente, hoy en día nos enfrentamos a un problema real de movimiento, el tiempo que perdemos buscando aparcamiento es muy grande y queremos ofrecer tanto una alternativa económica a las personas que poseen una plaza de garaje, a la cual no le dan una utilidad durante unas cuantas horas al día, como una alternativa de espacio a las personas que buscan aparcamiento a diario.

Muchas personas utilizan las plazas de garaje de sus casas por un tiempo muy limitado, y la desocupan cuando van a trabajar o cuando se van de vacaciones. La propuesta que lanzamos nosotros, les dará la posibilidad de poner en el mercado, al precio que cada individuo elija, su plaza de garaje el tiempo que no le estén dando esa utilidad, recibiendo a cambio una contraprestación previamente pactada con el usuario.

Es decir, el hecho de que de media se pierdan casi 15 minutos al día, en España, para encontrar aparcamiento, hace que nuestra propuesta sea de gran necesidad, ofrecemos una alternativa tanto a los poseedores de plazas de garaje como a las personas que habitualmente aparcan su coche en los parkings públicos. Por lo general, las plazas de garaje están desalojadas el tiempo que sus dueños están trabajando o cuando están de vacaciones, ahí es donde entra nuestra propuesta, en la opción de ocupar dichas plazas, garantizando un movimiento más eficiente por nuestras calles, una rentabilidad que a día de hoy no consiguen los usuarios con sus plazas y un medioambiente más verde y puro. Todo ello con los instrumentos que ya poseen los dueños de los coches hoy en día, sin necesidad de adquirir nada.

## **2.2 Nombre de la Empresa**

**TUPLAZA**

## **2.3 Misión, Visión y Valores**

### *2.3.1 Misión*

Fomentar el tráfico eficiente, ofertando una alternativa a los poseedores de las plazas de garaje, así como a las personas que habitualmente aparcan en parkings públicos. Todo ello para conseguir un movimiento más inteligente en nuestras calles.

### *2.3.2 Visión*

Ser una aplicación líder en el sector del aparcamiento, acogiendo al máximo número de usuarios y ofertando el máximo de plazas posibles, todo ello fomentando un movimiento sostenible así como convertirnos en la mejor alternativa para los usuarios.

### *2.3.3 Valores*

Los valores más importantes para nosotros con la aplicación TUPLAZA se basan en el compromiso, tanto con nuestros clientes como con el medioambiente; el respeto, el cual nos parece fundamental para garantizar un buen servicio, el respeto por los clientes, los trabajadores, la plataforma etc. La innovación y calidad mediante la modernización y desarrollo de la aplicación, así como de los controles y funcionamiento de la misma; y sobre todo la excelencia, la cual es, para nosotros, uno de los valores más importantes debido a que queremos y confiamos en ser excelentes de cara a nuestros clientes, ofreciéndoles el mejor servicio posible.

### 3. SEGUNDO CAPÍTULO: ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### 3.1 Investigación del mercado

A continuación, realizaremos el análisis del mercado para entender mejor las tendencias del sector, así como las preferencias de los consumidores, las cuales nos darán la clave para poder sacarle mayor partido a nuestra aplicación. Para investigar el entorno, serán necesarios análisis del entorno tanto micro como macro, así como un análisis de los competidores y uno sobre la idea de negocio.

##### 3.1.1 Análisis del sector

El objetivo por el cual analizamos el sector del aparcamiento es claro, pretendemos conocer de primera mano la situación en el mismo, analizar las tendencias y preferencias de los clientes y poder encontrar nuestro valor diferencial para establecer una correcta incorporación de nuestra aplicación al mercado.

Para que el análisis del sector sea exhaustivo, creo conveniente analizar ciertas variables, las cuales nos darán una visión general del sector de aparcamientos. Lo cierto es que hay muchas variables que pueden ayudarnos a definir el sector, pero he seleccionando las variables que, a mi juicio, son las más relevantes. Entre ellas encontramos el número de **matriculaciones de turismos**, ya que son el vehículo que, por excelencia, será el posible cliente de la aplicación, **el precio del servicio**, es decir, el precio de mercado establecido por los aparcamientos públicos y, por último, los motivos o **factores que hacen que los usuarios escojan un parking u otro**. Estas variables, como he dicho, nos van a ayudar a medir el sector así como conocerlo de manera más pronunciada.

Antes de continuar, me gustaría aclarar que los datos tomados hacen referencia a los años 2015-2019, lo cual nos da un margen suficiente para poder conocer la tendencia a lo largo de esos años. Lo cierto es, que el año 2020 ha sido un año lleno de incertidumbres en todos los aspectos, tanto es así que hay datos de los cuales no disponemos actualmente, debido a que la recopilación de los mismos

es compleja. Por otro lado, creo que los datos del año 2020 no deberían ser utilizados para este trabajo, ya que no reflejan un panorama real en nuestro país debido a la pandemia. Por lo tanto, para que las conclusiones no estén sesgadas, los datos utilizados van a pertenecer a los años entre 2015 y 2019.

### Matriculaciones de turismos

Las matriculaciones de turismos se recogen en el llamado índice de motorización. Para que pueda entenderlo todo el mundo, “el índice de motorización es la cantidad de autos movilizándose en un país por cada mil habitantes y también, refleja el progreso que ha tenido esta industria”. (Valle, 2017)

Para estudiar el comportamiento del índice de motorización, simplemente tenemos que obtener los datos de las dos variables que lo componen: el número de turismos en circulación en España y el número de habitantes.

*Ilustración 1: Índice de Motorización derivado de los turismos en España y los habitantes del mismo*

	Turismos en España	Variación	Habitantes en España	Variación	índice de Motorización	Variación
2015	22.355.549		46.410.149		481,6952645	
2016	22.876.830	2,33%	46.449.874	0,80%	492,5057493	2,24%
2017	23.500.401	2,72%	46.532.869	0,1700%	505,0279836	2,54%
2018	24.074.151	2,44%	46.728.814	0,4200%	515,1885729	2,01%
2019	24.558.126	2,01%	47.105.358	0,8100%	521,3446419	1,58%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de la DGT y del INE, (2015-2019)

A simple vista, podemos comprobar como tanto los habitantes como el número de turismos en España han crecido en los últimos años. Lo cierto es, que hemos salido ciertamente reforzados de una crisis económica muy fuerte (la producida en el año 2008) y en plena recuperación, la tasa de natalidad y el número de turismos que hay en circulación en nuestras carreteras no han hecho más que crecer.

Por otro lado, al haber un crecimiento de las variables descritas, producen un crecimiento en el índice de motorización, el cual produce cierto optimismo en el sector. Este optimismo se produce debido a que por cada 1000 habitantes, hay más turismos circulando en nuestras calles, o lo que es lo mismo, hay más

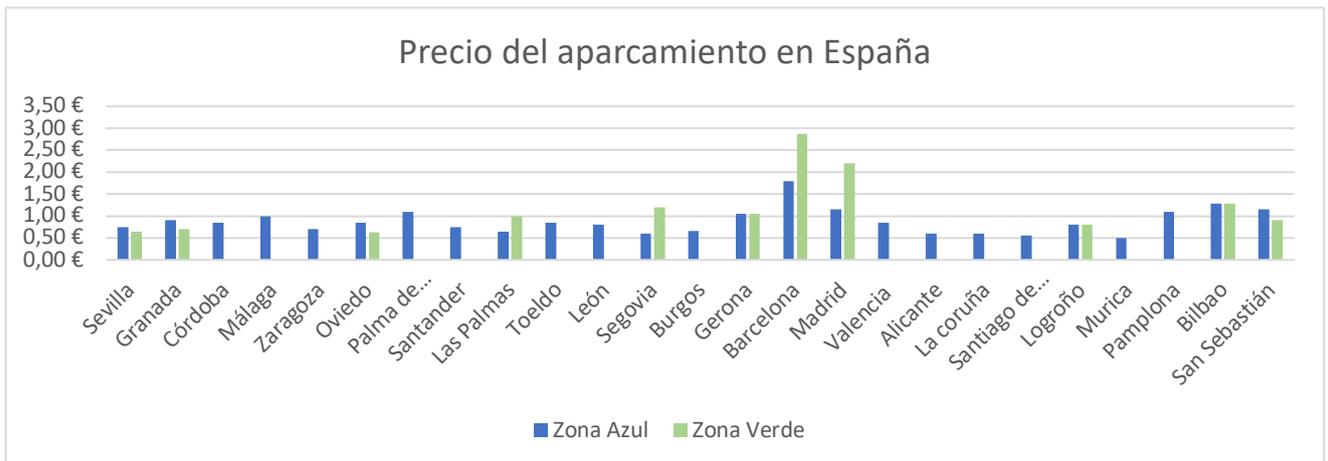
coches por cada habitante, lo que nos lleva a concluir que el sector está obteniendo números muy optimistas.

A fin de cuentas, podemos concluir que las matriculaciones de turismos en España está en auge, lo que se traduce en un beneficio para el sector de los aparcamientos y los parkings, debido a que hay más clientes potenciales.

### Precios del servicio

En cuanto al precio de los aparcamientos en España, hay que realizar ciertas aclaraciones. En primer lugar, y como bien dije anteriormente, hay que diferenciar entre un parking público y uno privado. El público hace referencia al estacionamiento en la calle, en las zonas establecidas para ello, y el parking privado, por su parte, es un establecimiento privado donde los precios los establece el propietario, en función del tamaño de las plazas, la localización en la que se encuentre el parking etc. Asimismo, cabe destacar que los precios de estacionar en la calle varían también en las diferentes ciudades de nuestro país. En primer lugar, diferenciamos dos zonas para aparcar, la zona azul y la verde, que son las principales zonas de establecimiento público, aunque es verdad que ciudades como Valencia no cuentan con zonas verdes, pero si con azules. La diferencia entre una zona azul y una verde es que las azules son exclusivamente para visitantes y, por lo tanto, hay un tiempo límite de estacionamiento, que varía en función de la ciudad. Las zonas verdes, por otro lado, son para residentes y no tienen un límite de tiempo, a diferencia de las zonas azules, aunque también es verdad que en una gran parte de las ciudades está permitido el aparcamiento en zonas verdes a los no residentes, con restricciones de tiempo. Esto depende de cada ciudad.

Ilustración 2: Precio por hora del aparcamiento en España



Fuente: Real Automóvil Club de España (RACE)

Este gráfico recoge los precios por hora tanto de las zonas azules como de las verdes en las principales ciudades de España. Como se puede comprobar, hay ciudades que no disponen de ambas zonas, como es el caso de Zaragoza o Valencia, pero lo cierto es que casi todas las ciudades mantienen un rango de precios similares, aunque podemos destacar ciertos desajustes.

En ciudades como Palma de Mallorca, Madrid o Barcelona, es más complicado establecer un precio, ya que, dependiendo de la zona donde te encuentres, los precios de una misma zona (zona azul por ejemplo) varía de manera muy significativa. Por poner un ejemplo, en Madrid la zona azul puede tener un precio entre 1,1€ y 1,2€. En Barcelona, por su parte, los precios varían entre 1,08€ y 2,5€, y en Palma de Mallorca, entre 0,75€ y 1,45€.

En cuanto a las zonas verdes, los precios más altos, tal y como se puede apreciar en el gráfico, oscilan entre los 2,5€ y los 3€ y se encuentran tanto en Madrid como en Barcelona. Dicho lo cual, podemos concluir que los precios son muy altos en España, pero se pueden encontrar diferencias entre ciudades.

En cuanto a los aparcamientos privados, es más difícil encontrar referencias de precios debido a que cada propietario juega con los precios y las tarifas. Pero en el caso de la capital, en Madrid, los precios de los parkings privados son de 3€/h de media, llegando a pagar entre 30 y 35€ por 24 horas de estacionamiento.

### Factores para escoger un parking

Por último, tras haber estudiado las variables descritas anteriormente, es hora de averiguar qué factores hacen que un cliente escoja un parking frente a otro.

El primer factor claro a la hora de escoger un parking es su ubicación. Este es el factor, por excelencia, preferido por los clientes. Dichos clientes escogen un parking u otro dependiendo del lugar al que se dirijan y, por tanto, escogen aquel parking que esté más cerca del lugar a donde se dirigen. Es de sentido común pensar que la ubicación de los aparcamientos es un factor fundamental para escoger un parking sobre otro, y así es para la mayoría de las personas.

En segundo lugar, podemos nombrar las características del propio parking como factor de gran importancia a la hora de escoger un parking. En cuanto a las características del parking, encontramos los tamaños de las plazas, la accesibilidad, el nivel de ocupación que suelen tener los parkings etc.

En último lugar, y no por ello es un factor menos importante, encontramos el precio. El precio de los parkings, como hemos comprobado en el apartado anterior, varía mucho entre una provincia u otra, entre una ciudad u otra e incluso entre un barrio u otro. Por ello, es un factor muy a tener en cuenta, y muchos clientes prefieren aparcar en un lugar más alejado por un precio menor, ya que en el centro de las ciudades el precio de los aparcamientos se dispara.

Una vez hemos estudiado las variables que nos han ayudado a estudiar el sector, podemos concluir varios puntos de vista interesantes. En primer lugar, cabe destacar que tanto los habitantes como el número de turistas circulando por nuestras carreteras ha aumentado, así como el índice de motorización, el cual es un síntoma muy positivo para el sector de los aparcamientos. Por otro lado, el precio del estacionamiento en España es muy elevado, hemos fraccionado y estudiado las diferentes tarifas en las principales ciudades del país y hemos visto los desajustes de los mismos, desajustes que son notorios tanto en las zonas verdes como en las azules. Por otro lado, cabe destacar que los precios de los parkings privados oscila entre los 30-35€ al día. Por último, hemos podido comprobar cuáles son los factores que hacen que los usuarios escojan un parking frente a otro, entre los cuales destacamos la ubicación, el precio y las características propias de los parkings.

### *3.1.2 Análisis de entorno macroeconómico: PESTEL*

Con intención de poder entender el contexto en el que se encuentra nuestro negocio, debemos analizar el entorno macroeconómico mediante la herramienta Pestel. El análisis PESTEL es un instrumento que puede ser utilizado para identificar las fuerzas externas a nivel macroeconómico que influyen sobre un negocio, es por ello por lo que nos será de gran utilidad para nuestra idea de negocio.

#### Factores Político-Legales

El entorno político de nuestro país sigue atravesando un periodo marcado por las incertidumbres. Tras la moción de censura al Partido Popular en el año 2018, parecía que entraríamos en una estabilidad política con la llegada del Partido Socialista al Gobierno. Lo cierto es, que en el próximo año, año 2019, Pedro Sánchez (líder del Partido Socialista) tuvo que convocar unas nuevas elecciones debido al rechazo de los presupuestos generales del Estado. La realidad muestra que tras unas nuevas elecciones, el Partido Socialista volvió a salir elegido, y parecía que la izquierda, ahora sí saliendo elegida tras una elecciones y no tras una moción de censura, se asentaría en lo más alto para gobernar el país, al menos durante un largo tiempo.

Tras unos meses de incertidumbre, nos adentrábamos en el año 2020, año marcado en la historia como uno de los más catastróficos debido a la llegada del Covid19. Esta enfermedad ha provocado un sinfín de muertes en todo el mundo, así como un confinamiento a los habitantes de la mayoría de los países, el cierre de muchos negocios y comercios y distanciamiento social entre las familias. En sintonía con la puesta en marcha de nuestro negocio, las nuevas restricciones pueden ser determinantes para la viabilidad del mismo, así como para la posible acogida en el mercado.

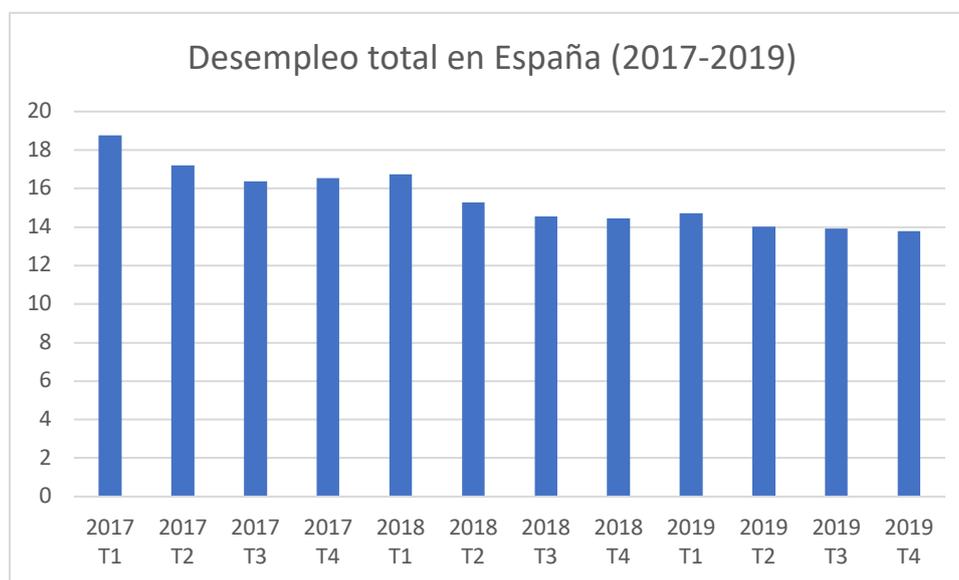
### Factores económicos

En cuanto a los factores económicos del país podemos resaltar que estamos atravesando un crecimiento económico tras la crisis del 2008. Para contrastar estos datos y poder afirmar, con certeza, que efectivamente estamos atravesando un crecimiento económico, vamos a vigilar de cerca el desempleo, el producto interior bruto y el índice bursátil de referencia de nuestro país, el IBEX35.

### *Desempleo*

Como he comentado anteriormente, la situación excepcional por la que estamos atravesando hace que ciertos datos estén sesgados. Tanto es así que para analizar el desempleo creo conveniente, al igual que para analizar otros indicadores, analizar la dinámica en la que veníamos en los años 2017-2019 para obtener conclusiones a cerca de la situación antes de la pandemia. Dicho lo cual, mostraré primero un gráfico en el que aparecerán los datos de los años 2017-2019, analizando el paro en dichas fechas, fraccionado en trimestres.

*Ilustración 3: Tasa de desempleo en España por trimestres (2017-2019)*



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística en abril de 2020

Como podemos comprobar, el desempleo en nuestro país se va reduciendo a medida que pasan los años, pero podemos encontrar algunos desajustes. En los primeros trimestres de los años 2017, 2018 y 2019, el paro sube notablemente, y

esto de debe a que en la época de navidad aparecen muchos puestos de trabajo, temporales la mayoría, para poder cubrir la gran afluencia de turistas y de movimiento que sufren nuestras calles, es por ello por lo que en los primeros trimestres del años y tras haber acabado el periodo de navidad, muchas personas se quedan sin trabajo, lo que hace que aumente la tasa de desempleo.

Por otro lado, me parece interesante comentar que en el último trimestre de 2019, en comparación con el primero de 2017, el desempleo había bajado casi un 5%, lo que se traduce en 2,3 millones de personas más con algún puesto de trabajo.

*Ilustración 4: Tasa de desempleo en España por trimestres (2019-2020)*

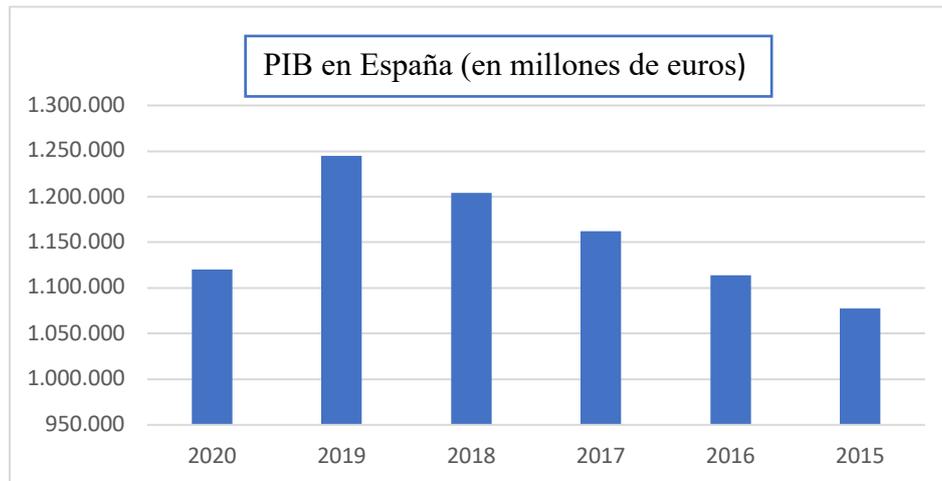


Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística en abril de 2020

Este gráfico recoge la tasa de desempleo entre los años 2019, el año previo a la pandemia, y el 2020, el año de la llegada de la pandemia. El gráfico es claro, podemos ver como a raíz de la pandemia el desempleo ha subido muchísimo, ya que muchos comercios se han visto obligados a tener que cerrar, la actividad empresarial ha tenido que parar durante mucho tiempo, y debido a las pocas ayudas por parte del Estado y al poco consumo de las personas en los comercios, muchas personas han perdido su trabajo.

## Producto Interior Bruto (PIB)

Ilustración 5: Producto Interior Bruto en España en millones de euros



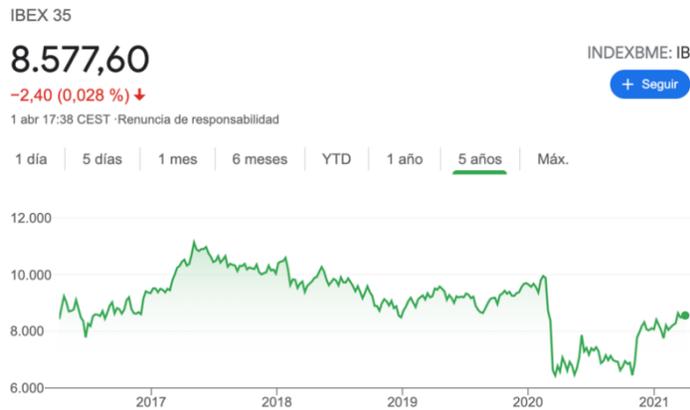
Fuente:Elaboración propia. Datos obtenidos del diario Exopansión, en abril de 2020.

En el siguiente gráfico hemos podido comprobar la evolución del producto interior bruto en España. El producto interior bruto muestra el valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un año. Como podemos apreciar en el gráfico, España ha superado año tras año su producción, pero como era de esperar en el año 2020, debido una vez más a la pandemia, el PIB se ha visto reducido en un 11%. Que el PIB de un país sea creciente, es síntoma de crecimiento económico y a pesar de que en 2020 haya caído dicho indicador en nuestro país, podemos asegurar que veníamos de una dinámica muy positiva en cuanto a producción interna se refiere. Tanto es así, que a pesar de atravesar un año muy atípico, el PIB en el año 2020 es mayor al de 2015.

## IBEX 35

El IBEX 35 es el índice bursátil de referencia en nuestro país. Recoge las 35 empresas españolas más líquidas y con mayores movimientos, entre las que se encuentran empresas como Acciona, Cie Automotive o Inditex. Por otro lado, marca la evolución, también, de la economía española y es por ello por lo que creo conveniente analizar este índice bursátil.

### Ilustración 6: Evolución del IBEX 35 (2017-2020)



Fuente: Datos recogidos de Bolsamadrid, en Abril de 2020

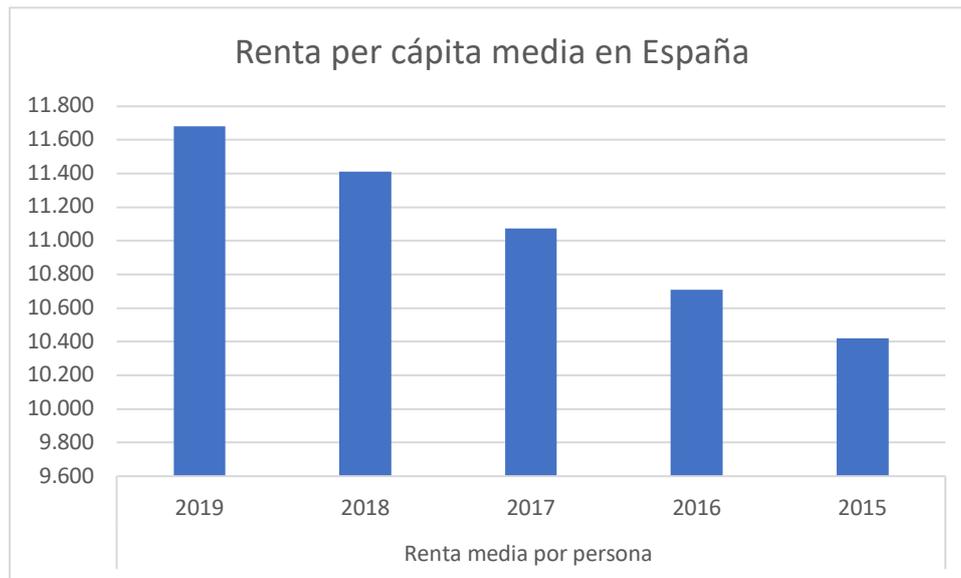
Como podemos comprobar, el Ibex 35, no mantiene la misma estructura o el mismo ritmo de crecimiento que los demás indicadores. Aunque se puede apreciar que ha tenido varios altibajos a lo largo de los años, lo cierto es, que tras la llegada de la pandemia, este indicador cotiza a los mismos puntos que hace 5 años. Si no tenemos en cuenta la pandemia, antes del 2020, podemos ver como si que la cotización era ligeramente superior a la del año 2017.

Para concluir con los factores económicos, podemos subrayar un crecimiento notable en nuestro país, con cierto estancamiento tras la llegada del covid. Los tres indicadores, el desempleo, el PIB y el Ibex 35, muestran síntomas de fortaleza y crecimiento (el Ibex 35 es el que más dudas genera) pero la llegada del Covid hará frenar dicho crecimiento, obligando tanto a los habitantes de nuestro país como a sus dirigentes a reforzarse económicamente y a prepararse para una recuperación, aceptando así nuevos retos para nuestro país.

#### Factores socioculturales

Los factores socioculturales hacen referencia al bienestar de los habitantes de un país. En el caso de España, tal y como podemos ver en la primera ilustración del trabajo, los habitantes han crecido en los últimos años, así como los turismos en nuestras carreteras. Sería interesante analizar también la renta per cápita de nuestro país, para saber si los habitantes consiguen, en media, rentas más altas a medida que pasan los años.

*Ilustración 7: Evolución de la renta per cápita por habitante en España*



Fuente:Elaboración propia. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística en abril de 2020

Para poder sacar conclusiones acertadas acerca de la situación sociocultural de nuestro país, me parece conveniente evaluar la renta per cápita media por habitante. Dicho indicador nos muestra la renta o retribución total anual que reciben, de media, los habitantes en España. Como podemos comprobar, en el año 2015, la renta era de 10.400€ mientras que en el año 2019, la renta asciende a más de 11.600€. Este aumento procede de factores como la recuperación económica de un país, así como de la inflación del mismo.

### Factores tecnológicos

Las nuevas tecnologías han entrado con gran astucia en nuestro día a día, tanto que no somos capaces de vivir sin ellas. No nos equivocamos si afirmamos que las tecnologías son un invento del siglo 21, y parece extraño conocer a alguien que no utilice o conozca estas tecnologías. En cuanto al sector de garajes y aparcamientos, la tecnología ha tenido un impacto, también, muy relevante. A la hora de aparcar encontramos avances tecnológicos muy útiles y curiosos, desde que entramos en un parking hasta que salimos. Por poner un ejemplo, en la entrada de los parking encontramos una barrera electrónica que nos facilita el acceso, y aunque esto no parezca un avance tecnológico muy importante, debido a que lleva muchos años funcionando, vamos a destacar otros que sí lo son.

### *Lector de matrícula*

La entrada y salida de la mayoría de los aparcamientos viene regulada gracias a un lector de matrícula. En el momento que un usuario entra en un parking, la matrícula queda registrada, y una vez hace el pago y efectúa su salida, la barrera se abre de manera automática al leer su matrícula. Es un aparato muy cómodo y hay muchos bloques de edificios, no garajes privados, que están integrando estos aparatos en sus garajes, permitiéndose el lujo de no tener que depender de un mando a distancia para poder entrar y salir de tu garaje.

### *Luces sobre las plazas de garaje*

Muchas veces nos hemos encontrado un parking repleto de coches y hemos intentado alzar la cabeza para poder encontrar algún espacio libre. Otro avance muy interesante con el que contamos hoy en día, son las luces, tanto rojas como verdes dependiendo de si la plaza está ocupada o libre, las cuales nos permiten de manera muy sencilla saber si tenemos huecos libres en los diferentes pasillos del parking sin tener que estar dando vueltas. Este avance nos ayuda a no tener que perder tiempo, lo cual hace que circulemos por los parking de manera más eficiente, reduciendo el tiempo de búsqueda.

### *Apps y páginas web*

Es importante que los parkings privados cuenten con aplicaciones móviles para que cada usuario pueda encontrar el parking de manera sencilla. Una aplicación que pueda ser utilizada por cualquier posible cliente, con su consiguiente información y opiniones de los usuarios, para conectar al cliente con el parking.

### Factores ecológicos

Continuando con los factores ecológicos, me parece interesante mencionar la gran responsabilidad medioambiental que soportan las empresas en nuestro país. Es cierto que hace años el principal y único objetivo de las empresas era ser económicamente rentables pero, lo cierto es, que a pesar de que ese siga siendo el principal objetivo, las empresas tratan de cuidar, y mucho, el medio ambiente, gracias a políticas y planes para reducir la emisión de CO2 a la atmósfera.

### Factores legales

La legislación hay que tenerla muy en cuenta a la hora de abrir cualquier negocio. Por norma general, cada negocio, dependiendo del sector, tiene unos requisitos y unas leyes que cumplimentar, y hay que estar atentos a dichas leyes ya que pueden cambiar con el paso del tiempo.

A estos efectos, a la hora de abrir una aplicación que regule el aparcamiento, debemos tener en cuenta lo previsto en la LEY 40/2002, de 14 de noviembre, la cual regula el contrato de aparcamiento de vehículos.

### *3.1.3 Análisis del entorno microeconómico: PORTER*

Una vez queda analizado el entorno macroeconómico, es hora de centrarnos en el análisis del entorno más cercano a la empresa, el cual denominamos, entorno microeconómico. Para poder analizar dicho entorno y poder generar una estrategia competitiva en el mercado, he elegido el modelo de las cinco fuerzas de Porter. Este análisis hace que una empresa conozca las cinco fuerzas que va a tener que controlar para poder conseguir el éxito empresarial. Tanto es así, que vamos a analizarlas una a una para poder asegurar un posicionamiento correcto a nuestra idea de negocio.

Las cinco fuerzas que plantea Porter son; las amenazas de los nuevos competidores, el poder de negociación de los clientes, las amenazas de productos y servicios sustitutivos, el poder de negociación de los proveedores y, por últimos, la rivalidad entre los competidores existentes.

### Amenazas de los nuevos competidores

En todos los sectores es importante tener controladas las entradas de los nuevos competidores. Hay sectores que se caracterizan por tener unas barreras de entrada muy altas, lo cual dificulta la entrada de nuevos competidores. Dicho lo cual, es conveniente analizar si el sector de los aparcamientos y los garajes tiene altas barreras de entrada, o si por el contrario no las tiene.

En este sector, creemos que la inversión más grande es la de adquirir un parking, una plaza de garaje o un lugar físico donde permitir el aparcamiento pero, en nuestro caso, bastaría con financiar la aplicación móvil, ya que los espacios físicos los facilitarán los usuarios.

### Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes se mide, básicamente, en la facilidad que tienen dichos clientes para reemplazar el producto que ofrecemos. Teniendo en cuenta que el sector de los aparcamientos es muy amplio, podemos decir que el poder de negociación de los clientes es muy grande. Ahora bien, la cosa cambia si lo pensamos desde el punto de vista de la aplicación que queremos lanzar al mercado. No existe mucha competencia en este sentido, ya que una aplicación móvil en la cual poder alquilar tu propia plaza de garaje solo la ofrecemos nosotros. Dicho lo cual, en el sector del aparcamiento los clientes tienen mucho poder de negociación, pero en nuestro caso, teniendo en cuenta que somos los únicos que ofrecemos una aplicación móvil, su poder de negociación se ve disminuido prácticamente a cero.

### Amenazas de productos y servicios sustitutivos

La amenaza de productos sustituvios se basa en averiguar qué otra alternativa hay en el mercado que haga susutuir nuestra plataforma. Lo cierto es, que hay aplicaciones que si que ofrecen buscar aparcamientos, pero no existe ninguna que permita alquilar tu propia plaza de garaje. Eso es lo que nos hace diferentes, el echo de que puedas ofertar tu plaza. Por ello, la amenaza de productos y servicios sustitutivos es baja.

### Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores son los encargados de suministrar y proveer material a la empresa, pero en nuestro caso, al ser una aplicación móvil, podemos considerar los proveedores los que nos ayuden a crear dicha app, así como los responsables del servicio técnico.

Podemos afirmar que el poder de los proveedores es bastante bajo, ya que hay muchas empresas informáticas dedicadas a prestar este tipo der servicios.

### Rivalidad entre competidores existentes

Los competidores son el grupo de empresas que ofrece el mismo servicio que nosotros. Como he comentado anteriormente, el servicio que nosotros ofrecemos es único. Es verdad que hay muchas aplicaciones para buscar aparcamiento, o para saber si un parking está disponible o no, añadiendo las tarifas que tienen de manera individual. Pero en nuestro caso, no hay competencia debido a que ninguna aplicación da la posibilidad de ofertar tu propia plaza de garaje en una aplicación.

Dicho lo cual, podemos afirmar que la rivalidad es poca o inexistente.

#### *3.1.4 Análisis de los competidores*

En este apartado, analizaremos la competencia más directa a nuestra idea de negocio, es decir, nos centraremos en aquellas empresas que ofrezcan el mismo servicio que nosotros. Lo cierto es, que hay muchas aplicaciones que ofrecen encontrar aparcamiento en Madrid o incluso ver su disponibilidad, como es el caso de la aplicación Wazypark, aplicación que mediante la geolocalización permite saber dónde hay una plaza libre en las calles de nuestra ciudad. En el caso de Parkopedia, tiene el mismo espíritu que Wazypark con la peculiaridad de que permite dejar comentarios sobre las plazas de garaje de las calles. Por último, también contamos con aplicaciones como ElParking, aplicación que permite reservar plaza en un garaje privado, lo cual permite que el usuario se asegure poder aparcar en un parking.

Tras haber analizado los posibles competidores para nuestra idea de negocio, nos damos cuenta de que no existe ninguna aplicación móvil que permita ofrecer tu plaza de garaje particular para que otro usuario pueda aparcar su coche. Las demás aplicaciones permiten encontrar aparcamiento, reservarlo etc, pero nuestra app deja la opción de poder poner en alquiler tu plaza de garaje privada. Dicho lo cual, ninguna aplicación cumple con los requisitos de la nuestra.

### *3.1.5 Análisis DAFO*

Una vez analizado el entorno de manera micro y macroeconómica, es hora de analizar, de forma interna, las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene nuestra aplicación.

La matriz DAFO es una herramienta que nos ayudará a analizar la situación tanto interna como externa que tiene nuestra empresa. De manera interna analizaríamos las debilidades y las fortalezas de nuestra aplicación, y de manera externa, las amenazas y las oportunidades, que son, por decirlo de alguna forma, las características que no posee nuestra idea de negocio.

En cuanto a las debilidades podemos destacar el gran papeleo administrativo que supone la puesta a punto de la aplicación, conseguir que los clientes utilicen nuestra app y que consigamos una comunidad que crea en el proyecto.

Por otro lado, en cuanto a las amenazas podemos destacar los múltiples competidores que hemos analizado anteriormente, tanto aquellas que ofrecen soluciones mediante una aplicación, como los propios parking públicos.

Está claro que la fortaleza más grande que tiene nuestra aplicación es que es única en el sector, y es que nadie da la opción de poder alquilar tu propia plaza de garaje. Como hemos visto, si que hay competidores y aplicaciones que intentan regular el sector del aparcamiento, pero ninguna ofrece lo que nosotros ofrecemos.

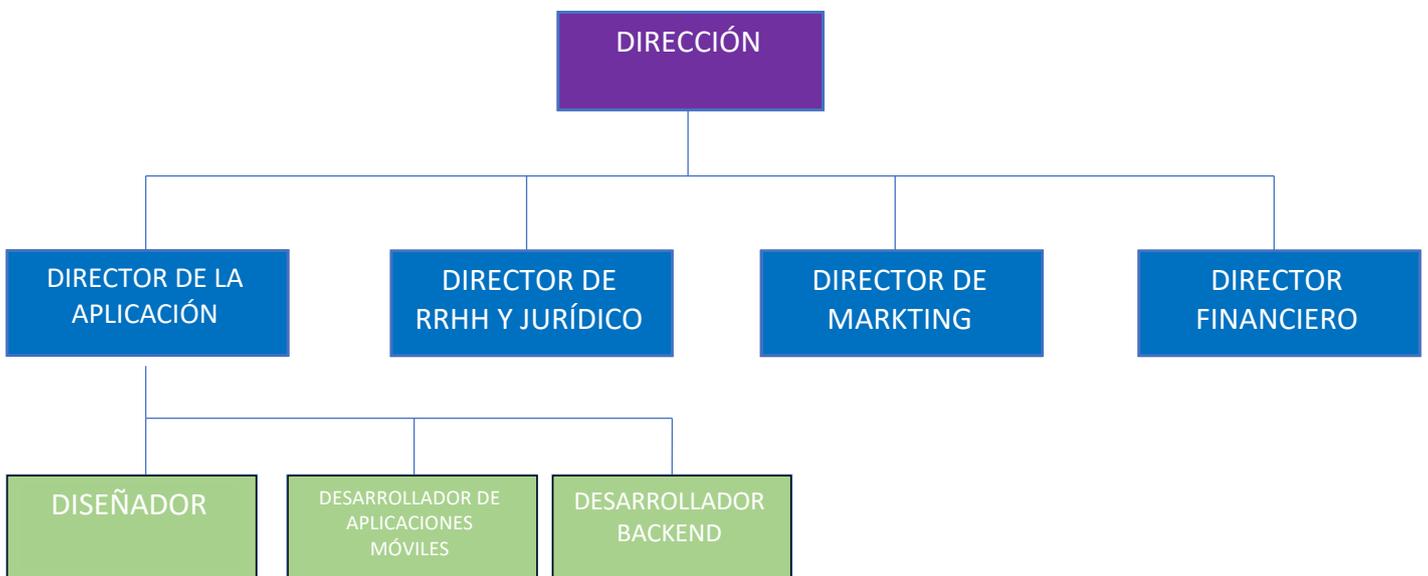
Finalmente, en cuanto a las oportunidades, tenemos que destacar la opción de ofrecer una rentabilidad extra a muchas personas, haciéndoles ver que la plaza de garaje es un activo, y haciéndoles entender que pueden generar un ingreso extra el tiempo que no estén utilizando dicha plaza.

## 4. TERCER CAPÍTULO: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Nuestro principal objetivo con la aplicación es poder ofertar una solución a las personas poseedoras de plazas de garaje privadas que quieran sacarles una rentabilidad. Para ello, tenemos que conseguir ser una empresa con los mejores profesionales al mando de la idea de negocio, y debemos determinar los requisitos que nuestros empleados deben tener.

### 4.1 Organigrama

*Ilustración 8: Organigrama de la empresa*



Fuente: Elaboración Propia

### 4.2 Descripción de los puestos de trabajo

Una vez diseñado el organigrama de la empresa, es hora de comenzar a describir las funciones que cada quien desempeñará en los diferentes puestos dentro de la empresa.

Dirección: En primer lugar, contamos con un departamento de dirección. Es el puesto más alto y el de mayor responsabilidad dentro del grupo, y sus funciones básicas se basan en la correcta coordinación de la empresa. En ellos cae toda la responsabilidad puesto que están al mando y dirigen todo el grupo. Bajo su cargo tienen a 4 directores principales, el de la aplicación móvil, el director de rrhh y jurídico, el director financiero y el director de marketing. La función principal de la dirección es, también, controlar el buen funcionamiento de cada uno de los departamentos que dirigen los directores a su cargo.

En el ámbito de la dirección, contamos con los siguientes miembros

- 1 director general
- 1 director de la aplicación
- 1 director de rrhh y jurídico
- 1 director financiero
- 1 director de marketing

A su vez, el director de la aplicación se encargará de la gestión y el buen funcionamiento de la aplicación en el mercado. Es decir, este director será el encargado de lanzar la aplicación y de gestionar todo lo necesario para que tenga un buen funcionamiento entre nuestros clientes, así como proporcionarles la ayuda correspondiente cuando sea necesario.

El director de rrhh y el jurídico, se encargará de gestionar todos los contratos de los trabajadores, altas, bajas, despidos, indemnizaciones etc. Por otro lado, se encargará también de revisar todos los requisitos necesarios, jurídicamente hablando, para la puesta a punto de la aplicación.

El director financiero por su parte, se encargará de analizar y gestionar la viabilidad financiera de la empresa, asesorando al director general qué aspectos fallan y cuales generan riqueza.

Por último, el director de marketing se encargará de que la aplicación tenga una buena acogida en el mercado, de que tenga repercusión cualquier campaña publicitaria que lancemos desde nuestra empresa y que, a fin de cuentas, la aplicación produzca cierto efecto sobre nuestros posibles clientes.

### Diseñador de la aplicación

El primer paso para lanzar una aplicación, no necesita de programación, sino que debe estar gestionada por un diseñador. El diseñador de la aplicación, junto con su director, serán los encargados de diseñar, para cada sistema operativo un diseño exclusivo de la aplicación. El diseñador de la aplicación se encargará de diseñar el contenido de la aplicación, de manera que sea fácil de entenderlo para el usuario. Este puesto contará con un empleado.

### Desarrollador de aplicaciones móviles

Ahora sí, el desarrollador de aplicaciones se encargará de desarrollar y de ejecutar la aplicación móvil. Cabe destacar que es muy complejo tener una aplicación, de iguales características, para sistemas operativos diferentes, como es el caso de Android o de IOS. Cada sistema tiene un código diferente y es por ello que este puesto requiere de mucho trabajo. Por eso, podemos contar con 1 o con 2 programadores, debido a la gran dificultad que requiere desarrollar una aplicación.

### Desarrollador Backend

Cuando contamos con una aplicación de restaurantes por ejemplo, la propia aplicación le preguntará por la opinión de un restaurante a nuestro cliente. El cliente le contestará y la aplicación almacenará dichos datos y los utilizará después para satisfacer mejor al cliente, aprovechando sus gustos. Pues bien, en nuestro caso, necesitaremos un desarrollador backend, el cual nos ayudará a gestionar y almacenar todos los datos. Este programador será el encargado de introducir un sistema de comunicación que, posteriormente, utilizará el desarrollador de la aplicación para, como digo, poder mantener en contacto a la aplicación con el cliente. Contaremos también con un solo desarrollador backend.

### 4.3 Política retributiva

Debido a que vamos a lanzar una aplicación al mercado y no vamos a contar ningún establecimiento físico, nuestra empresa cuenta con 9 empleados, todos ellos enfocados a dar el mejor servicio posible a nuestros clientes. Hemos buscado la retribución que recibe, de media, cada puesto de trabajo que encontramos en la siguiente tabla y lo hemos adjudicado a nuestra empresa. En el caso del desarrollador de la aplicación, hemos visto que el salario puede variar significativamente dependiendo de la comunidad autónoma en la que te encuentres. En el caso de Madrid, lugar donde empezaría a arrancar la aplicación y lugar donde trabajaremos, el salario oscila entre los 33.000 y los 48.000 euros al año.

Cabe destacar que todas las cantidades son salarios brutos y que si la aplicación tiene una buena acogida y va aumentando en clientes, podrían recibir, nuestros trabajadores, una retribución variable.

*Ilustración 9: Gastos de Personal*

GASTOS DE PERSONAL			
PUESTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	SALARIO INDIVIDUAL	SALARIO CONJUNTO
Director General	1	80.000 €	80.000 €
Director de la Aplicación	1	60.000 €	60.000 €
Diseñador de la Aplicación	1	52.800 €	52.800 €
Desarrollador de la Aplicación	2	33.000€ - 48.000€	66.000€ - 96.000€
Desarrollador Backend	1	32.382 €	32.382 €
Director de RRHH y Jurídico	1	60.000 €	60.000 €
Director Financiero	1	60.000 €	60.000 €
Director de Marketing	1	60.000 €	60.000 €

Fuente: Elaboración propia

## 5. CUARTO CAPÍTULO: PLAN FINANCIERO

### 5.1 Plan de inversiones y financiación

Como he comentado anteriormente, nuestra empresa o nuestra idea de negocio consiste en la creación de una aplicación móvil. Dicho lo cual, nuestra empresa no va a tener gastos ni de suministro, ni de alquiler del local, ni materiales, ni ningún tipo de gasto parecido. Lo cierto es, que simplemente tendremos los gastos provenientes de la puesta a punto de la aplicación. De esta manera, tendríamos que focalizarnos en encontrar una empresa que nos ofrezca unos presupuestos para saber cuánto nos va a costar introducir al mercado la aplicación, así como encontrar una entidad bancaria que nos preste el dinero para empezar a arrancar.

Gracias a la calculadora [cuantocuestamiapp.com](http://cuantocuestamiapp.com), patrocinado por YeePLY, herramienta la cual presupuesta el coste de las aplicaciones móviles, hemos sacado dos posibles presupuestos que pueden ajustarse a lo que buscamos, debido a que hemos filtrado ciertas características que necesita nuestra aplicación y que me pongo a describir a continuación.

La aplicación debe tener los siguientes requisitos:

- 1) Una calidad óptima.
- 2) Debe poder usarse tanto en el sistema operativo Android como en IOS.
- 3) Necesitamos que cuente con una interfaz (diseño) personalizada.
- 4) Debe estar disponible la opción de pagar dentro de la aplicación.
- 5) Los usuarios deben poder hacerse una cuenta dentro de la aplicación.
- 6) Cada usuario contará, también, con un perfil dentro de la aplicación.
- 7) Necesitamos un panel de administración para que el usuario pueda contactar con nosotros mediante la app para dudas, preguntas, inquietudes, ayuda y demás.
- 8) La aplicación debe ser multilingüe, es decir, debe permitir que cualquier usuario pueda traducir a su idioma correspondiente todo lo que la aplicación propone.

Teniendo en cuenta todos estos filtros, el precio presupuestado es de 24.300 €. Por otro lado, hemos tenido en cuenta una alternativa que también incluye todas las características descritas anteriormente. El problema en este caso, es que la

calidad de la aplicación no es tan buena como en el caso anterior. Dicho lo cual, teniendo en cuenta la reducción de calidad de la aplicación y sabiendo que todas las características van a estar disponibles, el precio se ha visto disminuido hasta los 16.200€. Es un precio mucho más competitivo (un 33% menos) pero la resolución final para nuestros clientes será de menor calidad. De lo que si estamos seguros en TUPLAZA, es de querer garantizar el mejor servicio y mejor alternativa a nuestros clientes, es por ello por lo que vamos a decantarnos por la mejor calidad para nuestra aplicación, pagando los correspondientes 24.300€.

*Ilustración 10: Presupuesto de inversión de TUPLAZA*

Presupuesto aplicación móvil	
	Precio
<b>TOTAL</b>	<b>24.300 €</b>
Características	
Calidad óptima	3.000 €
Sistema operativo android + IOS	3.000 €
Interfaz personalizada	7.200 €
Pago en aplicación	3.400 €
Log in incluido	1.500 €
Perfil de cada usuario	2.400 €
Panel de administración	2.400 €
Multilingüe	1.400 €

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la financiación para la puesta a punto de la aplicación, hemos contactado con varios bancos. El que más se ajusta a nuestros intereses, y ,por tanto, el que mejores condiciones nos proporciona, es la entidad ING Direct. Las condiciones propuestas son las siguientes:

- Importe máximo: 70% del montante total necesitado (17.000€)
- Plazo: 3 años
- Tipo de interés fijo: 3,99%
- Cutotas constantes trimestrales de 1.416€ cada una

Además de contar con la financiación por parte de esta entidad bancaria, el director general aportará los 7.300€ restantes para financiar el resto de la inversión.

*Ilustración 11: Financiación tanto ajena como propia de la aplicación*

Recursos Propios	7.300 €
Deudas a C/P	5.893 €
Deudas a L/P	11.786,67 €
<b>TOTAL</b>	<b>24.980 €</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.2 Estimaciones de los ingresos y gastos

Para tener una idea clara de los gastos y de los ingresos que supondrá la aplicación, veo necesario nombrarlos, para tener constancia de qué atributos componen la idea de negocio.

En este caso, creo conveniente estimar primero los gastos para poder ver la cantidad de ingresos, así como la cantidad de demanda necesaria para cubrir dichos gastos. Más adelante, supondremos dos escenarios, uno optimista y otro pesimista en cuanto a usuarios inscritos en la app se refiere, para ver cómo cambiarían o como de vulnerables son nuestros ingresos frente a los clientes.

### 5.2.1 Estimación de los gastos

Sueldos y salarios y gastos financieros: En el caso de los gastos, la mayoría del montante total es producido por los sueldos y salarios. Es decir, teniendo en cuenta que TUPLAZA es una aplicación móvil de la cual están al mando nueve profesionales, el gasto de sueldos y salarios va destiando a la retribución de dichos trabajadores. Cabe destacar, por otro lado, la deuda a corto y largo plazo que tiene la empresa con la entidad ING Direct, la cual tiene una duración de 3 años, y la cual supondrá un total de 5.893,3€ anuales a la empresa durante los próximos 3 años. Para que todo quede de manera

más clara, procedo a presentar una tabla con los gastos pertenecientes al primer año.

*Ilustración 12: Gatos totales de sueldos y salarios y deuda a corto plazo para la empresa el primer año*

COSTES TOTALES DEL PRIMER AÑO PARA TUPLAZA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL
Deuda a corto plazo			1.473,3 €			1.473,3 €			1.473,3 €			1.473,3 €	5.893,3 €
Sueldos y salarios	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	69.454,6 €	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	34.727,3 €	69.454,6 €	486.182,0 €
Director General	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	11.428,6 €	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	5.714,3 €	11.428,6 €	80.000,0 €
Director de la app	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	60.000,0 €
Diseñador de la app	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	7.542,9 €	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	3.771,4 €	7.542,9 €	52.800,0 €
Desarrollador de la app (2)	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	11.571,4 €	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	5.785,7 €	11.571,4 €	81.000,0 €
Desarrollador Backend	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	4.626,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	2.313,0 €	4.626,0 €	32.382,0 €
Director de RRHH y Jurídico	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	60.000,0 €
Director Financiero	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	60.000,0 €
Director de Marketing	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	4.285,7 €	8.571,4 €	60.000,0 €
<b>TOTAL COSTES</b>													<b>492.075,3 €</b>

Fuente: Elaboración propia

A modo de resumen, me parece apropiado resaltar los dos grandes montos de dinero que conforman el coste total de 492.075,3€. Por un lado, está el préstamo que nos han concedido, el cual habrá que devolver teniendo en cuenta el interés del 3,99%. Dicho esto, hemos calculado el pago desembolso total del préstamo a final de año, el cual es de 5.893,3€. Como las condiciones del préstamo eran compatibles con pagarlo de forma trimestral, al final de cada trimestre vemos cuánto se tendría que pagar. Los meses a los que corresponden los pagos son a marzo, junio, septiembre y diciembre.

En cuanto a los sueldos y salarios, simplemente destacar que la cantidad anual total, calculada anteriormente, ha sido fraccionada en 14 pagas, como es el caso de cualquier trabajo remunerado. Dicho lo cual, vemos como en los meses de junio y diciembre, el montante de los demás meses se ve multiplicado por dos, debido a, como digo, la paga extra que cobrarían los trabajadores en dichas fechas.

#### Otros gastos de explotación:

Una vez analizados los dos montos que suponen la mayoría de los gastos para la empresa, cabe destacar que tendremos otros gastos de explotación, los cuales

serán llevados a cabo por el departamento de marketing, para potenciar nuestra aplicación en el mercado mediante campañas publicitarias.

Hoy en día, ha cambiado mucho la forma de publicitarse, tanto en televisión como por redes sociales. Tal es así, que hemos decidido averiguar las posibles alternativas que tenemos para dar publicidad a nuestra aplicación. En primer lugar, el lugar de referencia para publicitar cualquier artículo es la televisión. Por una lado, hemos pensado que al ser nuestra aplicación para personas mayores de edad, debíamos publicitarla de noche, en horario “prime-time”. Por otro lado, hemos visto que la cadena más vista en la televisión es Telecinco. Dicho lo cual, analizando las tarifas de esta cadena en horario “prime-time”, el coste de publicitar en la tele TUPLAZA ascendería a los 20.000€ de media, para un anuncio de un tiempo máximo de 20 segundos.

Por otro lado, las influencer está acaparando las portadas de las campañas publicitarias de las principales marcas. Esta otra alternativa de dar publicidad también la hemos barajado y los costes de la misma no son nada asequibles. Una influencer que tenga aproximadamente 500.000 seguidores en las redes sociales, puede cobrar por una publicación alrededor de 4.850€, mientras que una influencer con más de 1 millón de seguidores podría cobrar hasta 18.300€ por publicación.

Tras haber analizado las dos optativas, creo que la más viable es la de publicitar nuestra aplicación en la televisión. Esto se debe a que en las redes sociales hay mucha gente que no es mayor de edad y creemos que puede no interesarles lo que nosotros ofrecemos ya que es difícil encontrar personas mayores poseedoras de plazas de garaje en las redes sociales. Dicho lo cual, los gastos de marketing ascenderían a 20.000€ por anuncio que quisiéramos emitir. De momento creemos que con un anuncio a la semana durante dos meses, sería suficiente. Es decir, un gasto total de 160.000€

Amortización: Por último, es sabido que las aplicaciones informáticas se amortizan. La amortización, no es más que el valor que pierden los objetos, tanto tangibles como intangibles, a lo largo de su vida útil. En el caso de la aplicación móvil, hay que amortizarla en un plazo máximo de 5 años. En el caso de que hubiésemos subcontratado la aplicación, es decir, que otra empresa la hiciese por

nosotros, deberíamos contabilizar dicha amortización al precio de compra de la aplicación. En este caso, al haber producido la aplicación nosotros mismos, la amortizaremos al coste de crear dicha aplicación. Como sabemos, la amortización no supone una salida de caja como tal para la empresa, y habrá que utilizar unas cuentas específicas para poder amortizar de manera adecuada nuestra aplicación. De esta manera, el coste total de la aplicación es de 24.300€ y teniendo en cuenta que se amortizará en 5 años, cada año perderá el valor de 4.860€ (24.300/5).

A continuación, procedo a contabilizar el asiento para que quede reflejada la amortización de la aplicación móvil:

*Ilustración 13: Amortización de la aplicación móvil de la empresa*

AMORTIZACIÓN APLICACIÓN TUPLAZA							
		x					
4.860€ (680) Amortización de inmovilizado intangible		a	Amortización acumulada de aplicaciones informáticas (2806)	4.860€			

Fuente: Elaboración propia

Como podemos comprobar, la contabilidad de la amortización de la aplicación se llevará a cabo utilizando la cuenta (680) “Amortización de inmovilizado intangible” y la cuenta (2806) “Amortización acumulada de aplicaciones informáticas”.

Para concluir, en cuanto a los gastos se refiere, vamos a contar con tres grupos de gastos; sueldos y salarios, deuda a corto plazo y campañas publicitarias.

*Ilustración 14: Gastos totales de la empresa el primer año*

<b>GASTOS TOTALES A FINAL DE AÑO</b>	
Sueldos y salarios	486.182,0 €
Deuda a C/P	5.893,3 €
Campañas publicitarias	160.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>652.075 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

Impuesto de sociedades: Para concluir con los gastos, no tenemos que olvidarnos del impuesto de sociedades, que es aquel impuesto que pagan las empresas sobre su beneficio. En el caso de las entidades de nueva creación, como nuestro caso, y teniendo en cuenta el artículo 29.1 de la Ley de Impuesto sobre Sociedades, se aplicará el 15% el primer año en el que la entidad tenga beneficios. Asimismo, el segundo año de beneficios se aplicará también ese 15%, pasando a ser del 25% (tipo general) el tercer año.

### *5.2.2 Estimación de los ingresos*

En cuanto a los ingresos, tenemos que diferenciar las diferentes opciones que ofrecemos a nuestros clientes. En primer lugar, la aplicación va a poder descargarse de manera gratuita, y los usuarios deberán pagar por publicitar sus plazas de garaje en dicha aplicación. Lo cierto es que ofrecemos diferentes opciones, en cuanto a servicios se refiere, para los usuarios.

Cuota mensual: En primer lugar, contamos con una cuota mensual que se le cobrará a cada usuario. La cuota supondrá un total de 10€, y se cobrará 12 veces al año, suponiendo unos 120€ por cliente. Esta cuota, dará la oportunidad de publicar, a cada usuario, su plaza de garaje (una o varias) en la aplicación. En el caso de querer poner más de 1 anuncio sobre la misma plaza de garaje, el precio se incrementaría en 1€ por anuncio extra. Es decir, si un usuario quiere solo publicitar una única vez las dos plazas de garaje que tiene, pagará 10€. Por el contrario, si un usuario quiere poner varios anuncios de una misma plaza de garaje, tendrá que pagar 10€ + 1€ por cada anuncio de más que quiera publicar.

Cuota Premium: El servicio Premium se caracteriza, principalmente, por agregar ciertas ventajas a los usuarios, ventajas que les atribuirán si pagan un sobrepago. En el caso de TUPLZA, cobraríamos 3€ extra al mes en caso de querer el servicio Premium, que se compone de lo siguiente. Las principales ventajas frente al servicio normal se caracterizan porque en el modelo Premium, el usuario no tendrá que pagar un importe extra si quiere publicitar más de una vez su plaza de garaje. Quizás para una persona que sea dueña de una plaza de garaje, le vendría mejor pagar el servicio normal (10€) y pagar después 1€ extra cada vez que quiera volver publicitar su plaza de garaje, ya que como mucho lo

hará en un par de ocasiones. Sin embargo, si un usuario es propietario de 4 plazas de garaje y quiere alquilar todas, así como publicitar todas más de una vez, con el servicio Premium podría hacerlo por solo 13€ al mes, en vez de pagar la cuota normal y sumarle un euro cada vez que quisiera volver a publicitar su plaza de garaje. Por otro lado, en caso de que hubiese un malentendido con algún cliente, con el servicio Premium nosotros nos haríamos cargo de todo lo que eso supusiese. Por ejemplo, si una persona se queda en la plaza de garaje más tiempo del que disponía, nosotros avisaríamos a la policía y mandaríamos una grúa para proceder a la retirada del vehículo. Por otro lado, si durante esa estancia la plaza de garaje estaba alquilada, y no se podría alquilar debido a que el coche sigue aparcado en la plaza de garaje, nosotros pagaríamos ese dinero que nuestro cliente está dejando de cobrar.

Es decir, las dos ventajas del servicio Premium son, poder publicitar la misma plaza de garaje las veces que el usuario quiera, a coste cero y estar asegurado en todo momento por la empresa. En los demás servicios, como vengo diciendo, la empresa no se hace cargo de los problemas entre los usuarios, ya que TUPLAZA actuaría como un simple intermediario.

Como he comentado anteriormente, los gastos totales del primer año son de 652.075€ y, a continuación, estimaremos el nivel de usuarios necesario para poder cubrir dichos costes. Para recordar nuestras tarifas, cabe destacar que el servicio normal son 120€ al año, por usuario, y el servicio Premium son 156€ al año, por usuario.

Teniendo en cuenta que el coste del servicio Premium es superior al del servicio normal, vamos a estimar que la mayoría de los usuarios, aunque sea el primer año, se decanta por el servicio normal, pagando los correspondientes 120€ anuales. Sabiendo esto, vamos a estimar que el 80% de los usuarios obtiene este servicio, y el 20% restante escoge el Premium. Si esto es así, para cubrir los 652.140€, necesitaremos 4.116 personas que escojan el servicio normal, y 1045 personas que escojan el servicio Premium. De esta manera, conseguiríamos 493.920€ ( $120 \times 4.116$ ) + 163.020€ ( $156 \times 1045$ ) = 656.940€, que es la cantidad mínima necesaria para cubrir los gastos del primer año.

Para que todo pueda verse de forma clara, muestro, a continuación, una tabla que recoge el número de clientes necesario por servicio, así como la cantidad total que aportaría cada grupo de clientes.

*Ilustración 15: Ingresos necesarios para cubrir los gastos del primer año*

Demanda necesaria	Nº de clientes	Cuota anual	Total
Usuarios servicio normal	4.116	120 €	493.920 €
Usuarios servicio premium	1.045	156 €	163.020 €
<b>TOTAL</b>	<b>5.161</b>		<b>656.940 €</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.3 Cuenta de resultados

La cuenta de resultados o el estado de resultados, es una cuenta detallada del resultado de la actividad de la empresa. Básicamente, es un estado que refleja tanto los ingresos como los gastos de una empresa, y muestra si dicha empresa ha obtenido beneficios o, por el contrario, ha obtenido pérdidas. En nuestro caso, he mos creído conveniente hacer una proyección de la cuenta de resultados de los siguientes cuatro años, debido a que creemos que es una fecha en la que puede haber variaciones positivas en los resultados. Al final del punto, mostraremos una tabla numérica que recogerá los montantes de cada partida que componen la cuenta de resultados, para que sea más fácil el seguimiento de los cálculos, pero antes cabe nombrar ciertos apuntes.

En primer lugar, los ingresos procederán de las cuotas que les cobraremos a los clientes, y hemos supuesto una variación positiva de dichos ingresos año tras año. El segundo año crecerán un 6% respecto al primer año, el tercer año crecerán un 7% respecto al segundo, y el cuarto año, crecerán un 9% respecto al tercer año.

En cuanto a los gastos de explotación, contamos con los sueldos y salarios, la seguridad social a cargo de la empresa y las campañas publicitarias. Hemos

pensado, que los salarios irán aumentando en base al IPC (Índice de precios al consumidor) que en este año 2021 ha sido del 2,7%.

Por otro lado, la seguridad social a cargo de la empresa por trabajador, es del 32%, dicho lo cual, restaremos del sueldo bruto tal cantidad para pagar a la Seguridad Social. Me gustaría destacar que este porcentaje se ha mantenido constante a lo largo de los 4 años.

En cuanto a las campañas publicitarias de las cuales se encargará el departamento de marketing, hemos establecido un incremento en la inversión en publicidad del 2% anual. Destinando 160.000€ el primer año y pasando casi a 170.000€ el cuarto año.

Dejando de lado los gastos de explotación, nos encontramos con las amortización y los intereses del préstamo solicitado para arrancar nuestro negocio. En cuanto a la amortización, tendrá una vida útil de 5 años, y la hemos amortizado linealmente, atribuyendo 4.860€, como habíamos calculado anteriormente. Los intereses, por su parte, tendrán una duración de 3 años, ya que el préstamo será devuelto al final del tercer año, es por ello por lo que no encontramos interés el cuarto año.

Por último, contamos con el Impuesto de Sociedades. Este impuesto va dirigido a las ganancias que obtienen las empresas, y es del 15% los primeros dos años de beneficio de las empresas de nueva creación, pasando a ser del 25% (cuota normal) a partir de esos dos años. En este caso, el primer año, al tener un beneficio igual a cero, no será necesario pagar ningún tipo de impuesto. Los dos años siguientes, a su vez, si que tendríamos que abonar ese 15% sobre el beneficio antes de impuestos, que pasará a ser del 25% a partir del tercer año, una vez llevemos dos años pagando ese 15% del cual hablaba anteriormente.

En cuanto a los resultados, vemos una variación muy significativa entre un año y los siguientes. El primer año, el beneficio ha sido cero, pasando a ser de 19.630€ el segundo año. Esto se debe a que puede que encontremos ciertas dificultades, el primer año, a la hora de arrancar el negocio, y hemos querido reflejar síntomas conservadores a la hora de realizar la cuenta de resultados. Los años siguientes, a su vez, el beneficio incrementa hasta los 46.829€ el tercer año y hasta los 83.153€ al final del cuarto año. El cuarto año, los ingresos han

aumentado mucho debido al gran incremento de los ingresos y debido a que no pagamos los intereses que derivaba el préstamo.

*Ilustración 16: Cuenta de resultados de los primeros cuatro años para TUPLAZA*

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cuota Normal	493.920 €	523.555 €	560.204 €	610.622 €
Cuota Premium	163.020 €	172.801 €	184.897 €	201.538 €
Ingresos	656.940 €	696.356 €	745.101 €	812.160 €
% de variación		6%	7%	9%
Gastos de personal	486.182,0 €	499.308,9 €	512.790,3 €	526.635,6 €
Sueldos y salarios	330.603,8 €	339.530,1 €	348.697,4 €	358.112,2 €
Seguridad Social	155.578,2 €	159.778,9 €	164.092,9 €	168.523,4 €
Otros gastos de explotación	160.000 €	163.200 €	166.464 €	169.793 €
Publicidad	160.000 €	163.200 €	166.464 €	169.793 €
EBITDA	10.758 €	33.847,5 €	65.847,1 €	115.731,6 €
Amortización	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
Amortización Inmovilizado	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
EBIT	5.898 €	28.987,5 €	60.987,1 €	110.871,6 €
Intereses	5.898 €	5.893,3 €	5.893,3 €	0
EBT	0,0 €	23.094,1 €	55.093,7 €	110.871,6 €
Impuesto sobre sociedades	0	3.464,1 €	8.264,1 €	27.717,9 €
Resultado del ejercicio	0,0 €	19.630,0 €	46.829,7 €	83.153,7 €

Fuente: Elaboración Propia

## 5.4 Escenarios

Una vez analizada la cuenta de resultados y tras haber visto los posibles flujos de caja que generaría la empresa, creemos conveniente estudiar diferentes escenarios en los que los números de ingresos vayan a variar. Esto se debe a que puede que lo estimado esté sesgado, es decir, que no acertemos con las estimaciones realizadas en el apartado anterior. Dicho lo cual, teniendo en cuenta que las estimaciones realizadas pueden no ajustarse a la realidad, se van a realizar diferentes escenarios (tanto pesimista como optimista) para observar el impacto de los resultados ante las posibles situaciones que nos depararía el futuro.

#### 5.4.1 *Escenario pesimista*

El primer escenario que se planteó es el pesimista. En un escenario pesimista, contamos con un número de clientes menor al establecido anteriormente, es un escenario en el cual los ingresos son menores y en el cual habrá pérdidas los primeros años. Este escenario se dará cuando no seamos capaces de conseguir el número de clientes necesario para que nuestra empresa nos reporte beneficios.

Hay varios cambios al respecto en la cuenta de resultados en un posible escenario pesimista.

En primer lugar, los cambios más pronunciados los vamos a ver en los ingresos. Un escenario pesimista, se define como aquel momento en el que las cosas no van como lo esperado y, en este caso, podríamos decir que estamos en una situación pesimista cuando los primeros años el número de clientes no nos permite generar beneficios. En la situación normal, vimos como la demanda mínima para la cuota normal era de 4.116 clientes, mientras que la demanda Premium era de 1.045 clientes. Pues bien, en el escenario pesimista, se supusieron 3.500 clientes (un 15% menos) en la cuota normal, y 800 clientes (un 23,4% menos) en la cuota Premium. Con estos datos, el nivel de ingresos se establecería en 544.800€, lo que supone una diferencia negativa de 112.140€ (un 17% menos) el primer año. Durante los demás años, los ingresos irían creciendo poco a poco (un 13,8% el segundo año), sin llegar a los números de la situación normal hasta el cuarto año, donde los ingresos ya se asemejarían a los de un escenario normal.

Por otro lado, cabe destacar que las partidas como sueldos y salarios y la seguridad social se mantendrían en los mismos valores, independientemente del escenario en el que nos encontrásemos.

Las campañas publicitarias se verían reducidas en casi un 10% debido a que la situación económica no sería tan buena para TUPLAZA y habría partidas en las que habría que recortar un poco el presupuesto.

Por último, cabe destacar que teniendo en cuenta que el EBIT (Beneficio antes de Impuestos e Intereses) es negativo los primeros dos

año, no se aplicaría una tasa impositiva. Lo que si es cierto, es que el préstamo seguiría siendo de 5.898€.

Como podemos comprobar, los beneficios para TUPLAZA no llegarían hasta el cuarto año, donde vemos que ya no habría que pagar el préstamos y en el cual podríamos cerrar el ejercicio con un beneficio de 5.013€

*Ilustración 17: Cuenta de resultados años 1-4( Escenario Pesimista)*

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cuota Normal	420.000 €	480.000 €	492.000 €	493.920 €
Cuota Premium	124.800 €	140.400 €	156.000 €	163.020 €
<b>Ingresos</b>	<b>544.800 €</b>	<b>620.400 €</b>	<b>648.000 €</b>	<b>656.940 €</b>
% de variación		13,80%	4,44%	1,37%
<b>Gastos de personal</b>	<b>486.182 €</b>	<b>486.182 €</b>	<b>486.182 €</b>	<b>486.182 €</b>
Sueldos y salarios	330.604 €	330.604 €	330.604 €	330.604 €
Seguridad Social	155.578 €	155.578 €	155.578 €	155.578 €
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>150.000 €</b>	<b>150.000 €</b>	<b>160.000 €</b>	<b>160.000 €</b>
Publicidad	150.000 €	150.000 €	160.000 €	160.000 €
<b>EBITDA</b>	<b>-91.382 €</b>	<b>-15.782 €</b>	<b>1.818 €</b>	<b>10.758 €</b>
Amortización	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
Amortización Inmovilizado	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
<b>EBIT</b>	<b>-96.242 €</b>	<b>-20.642 €</b>	<b>-3.042 €</b>	<b>5.898 €</b>
Intereses	5.898 €	5.898 €	5.898 €	
<b>EBT</b>	<b>-102.140 €</b>	<b>-26.540 €</b>	<b>-8.940 €</b>	<b>5.898 €</b>
Impuesto sobre sociedades	0 €	0 €	0 €	885 €
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>-102.140 €</b>	<b>-26.540 €</b>	<b>-8.940 €</b>	<b>5.013 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 5.4.2 Escenario optimista

Por otro lado, encontramos el escenario optimista, que se caracteriza por ser un momento en el que las cosas, las estimaciones, salen mejor de lo esperado. En esta situación, los ingresos serán superiores a los esperados y podremos gozar de una situación financiera mucho más favorable.

En cuanto a los ingresos, vamos a ver como sufren un gran ascenso en comparación a la cuenta de resultados calculada en el escenario normal.

Cabe recordar, que en el escenario normal TUPLAZA no generaría beneficios hasta el segundo año y en el escenario optimista generaría ingresos desde el primer año.

Esto se debe a que el número de clientes aumentaría mucho, tanto los de la cuota normal como los de la cuota Premium. En el caso de la cuota normal, pasarían de haber 4.116 clientes a 4.250 (un 3% más) y en el caso de la cuota premium, pasarían de 1.045 clientes a 1200 (un 14% más). Esto supondría un incremento de los ingresos de 40.260€ (un 6% más que en la situación normal). Por otro lado, los ingresos irán incrementando con el paso de los años, creciendo casi un 5% el segundo año, casi un 3% desde el segundo año al tercero, y llegando a crecer un 17% del tercer al cuarto año. Creemos que esto puede ocurrir debido a que pasados cuatro años desde la puesta a punto de TUPLAZA, la aplicación habría adquirido un reconocimiento en la sociedad, lo que haría que los ingresos aumentasen mucho.

En cuanto a los gastos de personal, mantendremos los salarios como en cualquier otro escenario, teniendo en cuenta que si los resultados son muy buenos, los empleados podrían recibir bonificaciones extra en concepto de renta variable, debido a la consecución de dichos resultados.

En cuanto a los gastos de marketing, las campañas publicitarias mantendrían los presupuestos los primeros dos años, creciendo el tercer y cuarto año, debido a la gran acogida de TUPLAZA en el mercado. Lo cierto es, que si se consiguiese consolidar la empresa en el mercado y llegar a muchos usuarios, las campañas publicitarias incrementarían para dar consistencia tanto a la marca como a la aplicación.

La amortización, por su parte, será igual en cualquier escenario y el préstamo dejará de devengar intereses al final del tercer año.

Por último, me gustaría hacer mención a la tasa impositiva. Como bien he comentado anteriormente, la tasa impositiva para entidades de nueva creación se sitúa en el 15%, siempre y cuando la empresa obtenga beneficios. Tras haber analizado la situación normal, vemos como dicha tasa se aplicaría a partir del segundo año, y en el caso del escenario optimista, la tasa se aplicaría desde el primer momento.

*Ilustración 18: Cuenta de resultados años 1-4( Escenario Optimista)*

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cuota Normal	510.000 €	528.000 €	540.000 €	660.000 €
Cuota Premium	187.200 €	202.800 €	210.600 €	218.400 €
Ingresos	697.200 €	730.800 €	750.600 €	878.400 €
% de variación		4,81%	2,70%	17%
Gastos de personal	486.182 €	486.182 €	486.182 €	486.182 €
Sueldos y salarios	330.604 €	330.604 €	330.604 €	330.604 €
Seguridad Social	155.578 €	155.578 €	155.578 €	155.578 €
Otros gastos de explotación	170.000 €	170.000 €	180.000 €	200.000 €
Publicidad	170.000 €	170.000 €	180.000 €	200.000 €
EBITDA	41.018 €	74.618 €	84.418 €	192.218 €
Amortización	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
Amortización Inmovilizado	4.860 €	4.860 €	4.860 €	4.860 €
EBIT	36.158 €	69.758 €	79.558 €	187.358 €
Intereses	5.898 €	5.898 €	5.898 €	0 €
EBT	30.260 €	63.860 €	73.660 €	187.358 €
Impuesto sobre sociedades	4.539 €	9.579 €	18.415 €	46.840 €
Resultado del ejercicio	25.721 €	54.281 €	55.245 €	140.519 €

Fuente: Elaboración Propia

## 6. QUINTO CAPÍTULO: RESUMEN EJECUTIVO Y CONCLUSIONES

Los atascos, el tiempo perdido, el caos, la contaminación y la aglomeración en las grandes ciudades son unos de los motivos principales de la creación de TUPLZA.

TUPLAZA es una aplicación móvil que permite a los usuarios alquilar las propias plazas de garaje privadas que poseen los usuarios el tiempo en el que no le estén dando utilidad. Es una posible fuente de ingresos para los ciudadanos y un nuevo concepto de rentabilidad sobre las plazas de garaje, ya que hasta ahora se han visto como un pasivo y no como un posible activo que genere cierto retorno.

Las ventajas frente al parking convencional son muchas, pero la más destacada es el tiempo de búsqueda que te ahorras. Es decir, cuando tu quieres aparcar el coche en la calle, pierdes una media de 15 minutos buscando aparcamiento, pues bien, con TUPLAZA ese tiempo se reduce a cero, debido a que pactas de antemano, con el poseedor de la plaza de garaje, aparcar tu coche en la plaza que él haya ofertado. Todo esto a cambio de una contraprestación previamente

acordada. Este último punto es otro de los puntos a favor de la aplicación, y es que sabes cuánto vas a pagar antes de aparcar tu coche.

En cuanto a la aplicación, va a contar con un sinfín de utilidades a disposición de los clientes. La aplicación va a permitir al usuarios realizar los pagos desde la propia aplicación, reservar y contactar con el usuario, revisar las ofertas de plazas que hay cerca de su zona mediante geolocalización, y podrá, también, dejar una valoración a cerca de la plaza y del inquilino que le ha ofertado la plaza. Asimismo, la app cuenta con un sistema de login en el cual los usuarios podrán crearse un perfil y en el cual podrán estar registrados a coste cero.

En cuanto a los servicios de TUPLAZA, la aplicación va a ofrecer dos tipos de tarifas a los usuarios que quieran ofertar sus propias plazas de garaje. En primer lugar, una cuota normal que tendría un coste de 10€/mes, la cual tiene como función principal permitir a los usuarios de las plazas ofertas la plaza de garaje, una sola vez, en la aplicación. Si en cualquier caso, un mismo usuario tiene más de una plaza de garaje, puede ofertar cada una de esas plazas una sola vez. Sin embargo, estos usuarios tienen la opción de ofertar su plaza de garaje las veces que quieran siempre que estén dispuestos a pagar 1€ adicional por cada promoción adicional de la misma plaza de garaje.

Por su parte, el servicio o cuota Premium tiene un coste de 13€/mes, y se diferencia de la cuota normal en que los usuarios podrán publicitar la plaza de garaje las veces que quieran sin coste adicional.

Estas dos son las fuentes principales de ingresos para la empresa, que necesitaba un total de 5.161 clientes ( 4.116 del servicio normal y 1.045 pertenecientes al servicio Premium) para cubrir los costes totales según lo estimado anteriormente.

Por otro lado, y en sintonía con la estimación de ingresos, se han calculado los posibles ingresos que generaría la empresa ante situaciones distintas a la realidad. Para ello, se ha tenido en cuenta un escenario pesimista, en el que los ingresos serían claramente inferiores a los de la situación normal, y escenario optimista, en el que los ingresos, en este caso, si que serían muy superiores a los estimados para un escenario normal. A modo de resumen, cabe destacar que los beneficios en el escenario normal tardarían en llegar hasta el segundo año, ya que el primer año la empresa simplemente cubriría los gastos que generaría la aplicación. Por su parte en el escenario pesimista, los beneficios no llegarían

hasta el cuarto año, debido a, como digo, el bajo nivel de clientes que tendría la aplicación. Por otro lado, en la situación optimista, habría beneficios ya desde el primer año de la puesta a punto de la aplicación, en este caso porque el número de clientes superaría lo esperado.

En cuanto a los gastos, simplemente destacar tres montos principales: Los sueldos y salarios de los empleados, los cuales incrementarían en base al IPC, año tras año, las campañas publicitarias, las cuales ayudarían a la empresa a ganar cierto reconocimiento entre los ciudadanos, y por último, la devolución del préstamo que se nos concedería en caso de poner en marcha la aplicación.

Con todo esto, es posible la idea de ahorrar tiempo, de reducir contaminación y de descongestionar las ciudades. Una aplicación que ayude a los usuarios a encontrar aparcamiento de forma rápida y sencilla. Por otro lado, es también una nueva alternativa al parking habitual, ya que pueden ser complementarias, en ningún caso excluyentes una de la otra.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Asociados, R. Y. (2019, 10 julio). *Entidades de Nueva Creación y sus ventajas fiscales*. Ramón Asociados Asesores Fiscales en Valencia. [https://ramon-asociados.com/entidades-de-nueva-creacion/#:%7E:text=El%20tipo%20impositivo%20de%20las,positiva\)%20y%20al%20inmediato%20siguiente](https://ramon-asociados.com/entidades-de-nueva-creacion/#:%7E:text=El%20tipo%20impositivo%20de%20las,positiva)%20y%20al%20inmediato%20siguiente)
- *¿Cómo nos movemos?* (2014). Gobierno de España. <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/como-nos-movemos.aspx>
- *¿Cuánto cuesta mi App? - Calculador de presupuestos*. (s. f.). Cuanto cuesta mi App. Recuperado 7 de junio de 2021, de <https://www.cuancocuestamiapp.com/>
- *España registra un descenso del PIB en el primer trimestre*. (2021, 30 abril). [datosmacro.com](https://datosmacro.com). <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>
- García, C. (2018, 8 marzo). *Los 10 países que más coches fabrican (España está entre ellos)*. Autocasión. <https://www.autocasion.com/actualidad/noticias/los-10-paises-que-mas-coches-fabrican>
- Laballós, D. (2019, 22 marzo). *¿A quién necesitas para crear una app?* Diego Laballós. <https://diegolaballos.com/blog/a-quien-necesitas-para-crear-una-app/>
- Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento de vehículos.
- Manager, I. L. V. (2017, 16 noviembre). *¿Sabías que tus aplicaciones y web puede ser un activo con valor importante?* ». Luis Vilanova. <https://luisvilanova.es/sabias-que-tus-aplicaciones-y-web-puede-ser-un-activo-con-valor-importante/>

- *Modelo gasto-ingreso* –. (2009). Nestor Guillermo Saruba.  
<https://nestorsaruba.com/category/modelo-gasto-ingreso/#:%7E:text=El%20modelo%20gasto%20ingreso%20simple,un%20modelo%20de%20corto%20plazo>
- Mundo, E. L. (2016, 12 mayo). *Aumentan los niveles de contaminación en muchas de las ciudades más pobres del mundo*. ELMUNDO.  
<https://www.elmundo.es/salud/2016/05/12/57337e6ce2704e51668b4622.html>
- Oblicua Publicidad. (2021, 13 enero). *Publicidad en Television TV*. Oblicua.  
[oblicua.es. https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-tv-television.htm](https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-tv-television.htm)
- Pascualena, J. S. (2019, 10 julio). *¿Cuánto cuesta contratar un trabajador?* Infoautónomos.  
<https://www.infoautonomos.com/blog/cuanto-cuesta-contratar-un-trabajador/#:%7E:text=Por%20ejemplo%2C%20para%20un%20puesto,parcial%20subir%20un%201%25%20adicional>
- Peris, G. P. (2017). *¿Cuánto tiempo se pierde buscando aparcamiento?* Diario Siglo XXI.  
<https://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/951378/cuanto-tiempo-pierde-buscando-aparcamiento>
- Ruiz, A. (2021, 4 enero). *¿Cuánto cobra un influencer en España?* GN Diario.  
<https://www.gndiario.com/cuanto-cobra-influencer/#:%7E:text=por%20una%20publicaci%C3%B3n%20patrocinada%20por,euros%20por%20una%20sola%20publicaci%C3%B3n>
- Tademio, O. (2021, 22 abril). *¿Cuánto cuestan los anuncios premium en los portales inmobiliarios?* HelpMyCash.  
<https://www.helpmycash.com/blog/cuanto-cuestan-los-anuncios-premium-en-los-portales-inmobiliarios/>

- Valle, A., & Valle, A. (2017, 25 julio). *Índice de motorización mundial del sector automotriz*. Fierros Industrial.  
<https://fierrosindustrial.com/noticias/indice-motorizacion-capacidad-instalada-e-inversion-del-sector-automotriz/>