

# PROYECTO DE ECONOMIA



**MATI GUERRERO LLAMAS  
ROSA IBÁÑEZ BARRADO  
M<sup>a</sup> CARMEN BERMÚDEZ ORTIZ  
M<sup>a</sup> CARMEN HERNÁNDEZ TORRES**

# INDICE

## 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. Descripción de la empresa creada. . . . .	4
1.2. Presentación del empresario: formación y experiencia empresarial. . . . .	5
1.3. Evolución del proyecto: orígenes y actualidad. . . . .	6
1.4. Valoración global del proyecto: puntos fuertes y débiles. . . . .	7

## 2. PLAN DE MÁRKETING

2.1. Resumen ejecutivo. . . . .	8
2.2. Análisis del mercado. . . . .	8
2.3. Análisis del negocio. . . . .	14
2.4. Presentación de la idea de negocio (Matriz DAFO) . . . . .	16
2.5. Objetivos. . . . .	17
2.6. Estrategias y acciones. . . . .	18
2.7. Control. . . . .	20

## 3. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Localización de la empresa y datos sobre el local. . . . .	21
3.2. Previsión de la actividad. . . . .	27
3.3. Definición del servicio. . . . .	27
- Descripción del servicio	
- Atributos respecto a otros productos que hay en el mercado	
- Desarrollo de futuros productos	
3.4. Gestión de la calidad. . . . .	29
- Plantear de que manera se puede introducir la gestión de la calidad en esta empresa de nueva creación	
- Describir y razonar las acciones que se lleven a término durante el primer año natural de funcionamiento de la empresa	
- Proponer y razonar planes futuros de gestión de la calidad	
3.5. Gestión medioambiental. . . . .	35
- Plantear de que manera se puede introducir la gestión medio ambiental en esta empresa de nueva creación	
- Describir y razonar las acciones que se lleven a termino durante el primer año natural de funcionamiento de la empresa	

<b>4. PLAN ORGANIZATIVO</b>	
4.1. Estructura organizativa de la empresa. . . . .	40
4.2. Formas de reclutamiento. . . . .	41
4.3. Metodología de la contratación. . . . .	45
4.4. Asesores externos. . . . .	46
<b>5. PLANES ECONOMICOFINANCIEROS</b>	
5.1. Plan de inversión. . . . .	47
5.2. Plan de financiamiento. . . . .	48
5.3. Políticas de cobro y pago. . . . .	51
5.4. Plan fiscal y contable. . . . .	55
5.5. Plan de control de gestión. . . . .	83
<b>6. DIMENSIÓN ÓPTIMA</b>	
6.1. Identificación de los costes fijos/variables. . . . .	90
6.2. Identificación de los costes directos/indirectos. . . . .	91
6.3. Determinación de precios. . . . .	92
6.4. Cálculo de punto muerto de la empresa. . . . .	93
6.5. Cálculo de los diferentes apalancamientos. . . . .	96
<b>7. SITUACIÓN CRÍTICA . . . . .</b>	<b>98</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA . . . . .</b>	<b>100</b>

# **1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

## **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA CREADA**

"CASANETA" es una entidad dedicada a la limpieza, que desea ofrecer unos servicios que hasta la fecha ninguna entidad del ramo ha sabido ofrecer.

Nace para dar solución a dos problemas de nuestra actual sociedad:

Por un lado el problema que se les plantea a las familias en las cuales la pareja trabaja fuera de casa y tiene la necesidad de cubrir las tareas del hogar con externos, con la problemática existente para encontrar el personal adecuado y que genere seguridad para un particular.

Por otro lado crear una ocupación estable dando salida a una gran cantidad de empleo sumergido existente en dicho sector, cubierto actualmente por personas sin seguros sociales, sin contratos laborales con lo que no tiene acceso a los derechos que tiene cualquier otro trabajador.

A través de esta iniciativa se pretende solventar dicho problema a la vez que involucrar a los trabajadores contratados por medio de un pequeño porcentaje de participación del negocio, con lo que se conseguiría la motivación de los trabajadores y la mejora del clima social en la empresa.

Se pretende crear una sociedad con un concepto actual de empresa competitiva, dando gran importancia al capital humano y afianzando la responsabilidad social de empresa.

La empresa mantiene una necesidad de cariz social y la creación de nuevas actividades que generan autoempleo.

## 1.2. PRESENTACIÓN DEL EMPRESARIO

La sociedad se constituye en un inicio con 4 socias, con los mismos intereses y necesidades.

Por un lado como mujeres trabajadoras que somos, nos encontramos ante el problema de solucionar en nuestras propias casas el tema de la limpieza, de localizar personas que nos generen confianza para depositar en sus manos las llaves de sus domicilios y a la vez que estas ofrezcan un servicio adecuado.

Por otro lado, como profesionales que somos, la iniciativa de creación de una cooperativa es atrayente ya que podremos desarrollar nuestros conocimientos y capacitaciones en una sociedad con plena autonomía y bajo una gestión democrática.

A continuación se describe brevemente la trayectoria profesional de las cuatro socias:

1. Montserrat Díaz Pérez (04-10-1968)  
Formación: Derecho y ADE
2. Yolanda Rico Bermúdez (08-08-1960)  
Formación: RRLL y Psicología
3. M<sup>a</sup> Carmen López Ricardo (05-10-1964)  
Formación: EGB
4. Lidia Rodríguez Muñoz (14-02-1973)  
Formación: Económicas

### 1.3- EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD

Los orígenes de dicho proyecto se remontan a una tarde de Primavera en que tres amigas Montserrat, Yolanda y M<sup>a</sup> Carmen tomaban un café, habían quedado también con Lidia.

Pero la última les había telefoneado indicándole que asistiría más tarde a la reunión, por un problema familiar.

Cuando Lidia llegó muy sofocada explicó el problema que había provocado su tardanza, la señora de la limpieza no había podido hacerle la labor esta semana, ni la pasada, con lo que ella debía hacer dicha tarea.

Lidia mantenía un acuerdo verbal con dicha señora, esta debía acudir a su casa los miércoles de 9:00 a 13:00 para realizar la labor de limpieza de su vivienda, a cambio ella abonaba las horas de trabajo al precio pactado.

Si la señora no asistía, Lidia no debía abonar ninguna cantidad.

Esto no era problema cuando era esporádico, pero si como últimamente había sucedido era habitual, sí se convertía en un problema para Lidia que veía su planificación desmontada, y el hecho de buscar otra señora a la que entregar las llaves de su casa "de su intimidad" era una tarea muy difícil.

Conforme Lidia explicaba la situación el resto de amigas ratificaban con movimientos de cabeza que esto conocido para ellas.

Montserrat no obstante puntualizó que en su caso también se encontraba con la disyuntiva de que la señora que le realizaba dichos servicios desde hacía 5 años, se quejaba constantemente de que tenía ya una cierta edad, y su situación, aún no dejando de trabajar, no le iba a permitir poder jubilarse como el resto de trabajadores cuando llegase dicha edad con una prestación económica.

Con lo que las cuatro amigas deciden estudiar la posibilidad de crear una sociedad que abarque con éxito la problemática, que consideran muy común en la sociedad actual.

Con dicha sociedad se canalizan diversas necesidades:

- La creación de empleo para los socios fundadores.
- Facilitar al colectivo de mujeres trabajadoras la prestación de dicho servicio durante todo el año.
- Combatir la marginación e ilegalidad que impera en el sector de la limpieza de domicilios, ofreciendo empleo a un colectivo concreto que se encuentra en esta situación.

Las experiencias personales y profesionales de los socios que integran dicha sociedad, como trabajadores y a su vez como mujeres les sitúan en un nivel de conocimientos más que adecuado para canalizar este proyecto.

1.4. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO:  
PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

**Debilidades:**

- Bajos recursos financieros para hacer frente a los inicios de la actividad.
- Sector desconocido.
- Problemas en planificación por la poca experiencia.

**Fortalezas:**

- Recursos humanos (gran cantidad de potenciales trabajadores)
- Nivel de inversión baja en inmovilizado.
- Apoyo y formación interna.

## **2. PLAN DE MARKETING**

### 2.1. RESUMEN EJECUTIVO

CASANETA S.C.C.L. se constituye con dos objetivos claramente diferenciados:

a) Por un lado el ofrecer sus servicios de limpieza:

1.- Como línea de negocio principal, los ofrecerá en domicilios particulares a familias tradicionales y también a hogares unifamiliares, que no disponen de mucho tiempo para el trabajo doméstico, ya que los servicios relacionados con la limpieza se muestran cada vez más como un problema y dado que el tiempo se dedica más al ocio, a la familia, a los amigos y al descanso.

2.- Como línea secundaria de negocio ofrece sus servicios a través de entidades u organismos oficiales que cubren necesidades sociales de la población en hogares de personas sin recursos y ancianos también en sus domicilios particulares.

3.- Asimismo, trabaja también en el sector de la limpieza de locales, comunidades de vecinos, empresas y todo tipo de cliente que pueda necesitar de sus servicios.

b) Por otro lado, pretende esta iniciativa fomentar el empleo estable entre un colectivo que hasta ahora realiza este tipo de trabajo de forma sumergida e ilegal y que carece, por tanto de todo tipo de beneficios sociales que un trabajo estable le pudiera ofrecer, como jubilación, vacaciones, seguridad social, etc., compuesto mayoritariamente por mujeres, inmigrantes, desempleados, etc.

Esta iniciativa social de creación de empleo y de integración del trabajador en la empresa contribuirá a aumentar su motivación y a la creación de un clima social que será muy favorable dentro de la organización de CASANETA S.C.C.L.

### 2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

La decisión de ubicar nuestra empresa en el barrio barcelonés de Sants, concretamente en la Ctra. de Sants, 144 ha sido considerada a raíz de las comparaciones efectuadas entre este barrio y los de Pedralbes o la Verneda y nos hemos decantado por él por considerar que en el primero, dado el estatus de la mayoría de su población el servicio que CASANETA S.C.C.L. pretende ofrecer estaría cubierto por personal interno e incluso contratado en las casas particulares y en el barrio de la Verneda consideramos que la necesidad de limpieza domiciliaria no es tan patente como en zonas como la elegida donde en general, el nivel económico de las familias es un poco más desahogado.



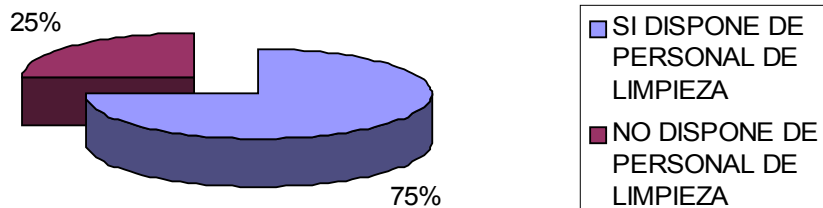
Hemos efectuado un estudio de mercado entre potenciales clientes, entre los que se encontrarían personas con necesidades afines, para intentar conocer la problemática, las dudas y los contratiempos que pudieran surgir al contratar el servicio de limpieza en sus domicilios y para amoldar nuestra empresa a ellos ofreciendo un servicio de calidad y a buen precio. Para ello, hemos diseñado un pequeño cuestionario al que nos han respondido un grupo de 30 personas y en el que las preguntas efectuadas eran las siguientes:

### ENCUESTA

- 1º) ¿Dispone Vd. de personal de limpieza en su domicilio?
- 2º) ¿Qué valora más de este servicio?
- 3º) Cuando no se lo pueden cubrir, le provoca grandes problemas para solventarlo?
- 4º) Le gustaría disponer de una empresa que le ofreciera este servicio garantizado cuando lo necesitara y con total confianza?
- 5º) ¿Conoce alguna empresa que le ofrezca este servicio?

De este pequeño cuestionario deducimos que la gran mayoría de personas que respondieron que sí a la primera de las preguntas, o sea que dispone de persona que le ayuda en las tareas domésticas.

#### ¿DISPONE VD. DE PERSONAL DE LIMPIEZA EN SU DOMICILIO?

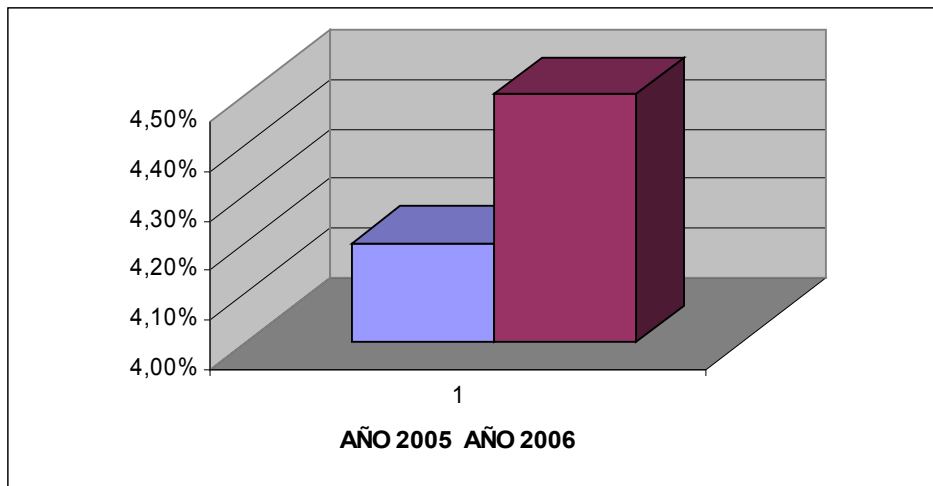


Lo que más valoran de este servicio es la confianza, la calidad y por último el precio, manifestando causarles grandes trastornos cuando esta persona deja de prestar sus servicios y la complejidad en encontrar otra que pueda sustituirle, que sea de total confianza para entregarle muchas veces las llaves de su domicilio.



Igualmente manifiestan desconocer empresa alguna que resuelva estos problemas y que si la conocieran utilizarían sus servicios aunque el precio se incrementara un poco, a cambio de la garantía que le ofrezca al respaldar a la persona que venga a su domicilio.

La información que nos llega sobre el sector de la limpieza, nos indica que gracias al auge de la demanda, éste no ha dejado de crecer en los últimos años: en 2005 el crecimiento del mercado fue del 4,2%, sobrepasando los 4.500 millones de euros, solo en lo relativo a empresas, sin contar con el mercado particular, más difícil de cuantificar. Para el año 2006 se espera un crecimiento entre el 4,5 y el 5%.



También hemos analizado profundamente la ubicación de nuestra empresa en el barrio basándonos en las estadísticas ofrecidas por el INE relacionadas con la población de Barcelona y los parámetros que hemos utilizado para obtener el mercado real CASANETA S.C.C.L. son:

- PERSONAS QUE VIVEN SOLAS→ Total 6.822 personas (100%)
  - o De 24-64 años→ 3.428 (42%)
  - o Mayores de 65 años→ 3.229 (48%)
- VIVIENDAS PRINCIPALES→ 25.580 sobre 29.397 (96%)
- NIVEL DE ESTUDIOS DE LA POBLACIÓN→ sobre 71.713
  - o Estudios secundarios→ 21.340 (29,8%)
  - o Estudios superiores→ 19.256 (26,9%)
- TIPOLOGÍA DE HOGARES DEL DISTRITO→ sobre 29.355
  - o Hogares familiares:
    - Unifamiliar
      - Sin núcleo→ 1.118
      - Con 1 núcleo→ 21.800
      - Con 2 o más núcleos→ 483
    - Plurifamiliar→ 15
- ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL DISTRITO→ total empresas 10.638
  - o Comercio→ 2.667
  - o Servicios→ 4.133
  - o Act. Profesionales→ 3.170

## **El cliente**

Del análisis de estos parámetros, que nos parecen de entrada relevantes para efectuar un estudio serio y pormenorizado del mercado deducimos que nuestros potenciales clientes tendrán las siguientes características:

- Familias con núcleo estable y trabajadores ambos componentes.
- Personas con nivel de estudios medio-alto.
- Personas con nivel económico medio-alto.
- Familias unipersonales.
- Mayores de 65 años.

Además de estos potenciales clientes no debemos dejar de señalar que también nuestra línea de negocio irá dedicada a comunidades de vecinos, colegios, locales, empresas, etc. en función de las necesidades.

## **Tendencias de futuro**

Analizando los cambios sociales que se han producido de un tiempo a esta parte y la percepción en muchos hogares de que el tema de la limpieza empieza a ser una necesidad real en ellos, intuimos que la tendencia futura será hacia un mercado incluso mayor que el actual, dada la tendencia social orientada hacia el ocio y la imparable inserción de la mujer en el mercado laboral y su deseo de realización profesional que hará que los servicios de limpieza a domicilio cada vez sean más necesarios.

Por otra parte, las expectativas de vida de la población en general irá en aumento, con lo cual, nos encontraremos con un gran colectivo de personas mayores necesitadas de nuestros servicios en el futuro.

## **Distribución geográfica**

Consideramos importante nuestra ubicación al instalarnos como empresa en una zona donde existen numerosos medios de transportes públicos (autobuses, metro, tren) lo cual facilitará el acceso rápido a los domicilios de nuestros clientes y proveedores a la vez que reducirá los costes de locomoción de nuestros trabajadores.

Analizando el tipo de mano de obra que necesitamos para cubrir nuestros servicios, con respecto de nuestra ubicación en el distrito de Sants, en principio parece que sería prácticamente igual que en cualquier otra ubicación, pues principalmente intentamos reclutar a un tipo de personal que disponga de unas horas al día para la realización del trabajo que le ofrecemos, dentro de un horario que le permita conciliar su vida laboral con la familiar, ofreciéndole a la vez estabilidad, seguridad, y prestaciones sociales y laborales como a cualquier trabajador.

## **COMPETENCIA**

Nos hemos centrado en analizar y localizar la tipología y el número de empresas existentes en el distrito que pudieran representar para nosotros cierta competencia en el tipo de servicio que pretendemos ofrecer y de este análisis hemos observado que existen 42 empresas dedicadas a la limpieza en general. Efectuadas numerosas llamadas telefónicas, observamos que el 95% de ellas se dedica a la limpieza de edificios, locales, parques, garajes, etc. y puntualmente a domicilios particulares para limpiezas después de obras, desinfección de alfombras, sofás, etc., pero vemos que el servicio que CASANETA S.C.C.L: ofrece no está cubierto en casi ninguna de ellas de manera principal, si bien, con carácter esporádico se lo ofrecen si el cliente lo desea.

Nos diferenciamos básicamente de la competencia en que la mayoría de empresas de limpieza prestan servicios bajo contrata, lo que no permite controles de calidad continuos ni los cuidados y atenciones que nuestra empresa ofrece directamente a los clientes.

Por todo ello, creemos que nuestra actividad principal es pionera en el sector y que el tema competitivo no nos genera grandes problemas.

Estas son algunas de las empresas a las que nos hemos dirigido y que hemos comprobado que ofrecen servicio de limpieza a domicilio:

- J.G.L. Serveis i Suport  
C/ Rocafort, 145  
Telf. 935327298
- FEINES DE CASA S.C.C.L.  
C/ Aurora,11  
934423731
- GRUPO BB serveis  
Telef. 938795202 (Orientada hacia servicios sociales)
- BCN DOMESTIC S.L.  
Telef. 932005167
- AKASASERVEIS  
Telf. 934510455

### **Canales de distribución**

A continuación enumeramos los que a priori consideramos más importantes:

- Internet
- Boca a boca
- Buzoneo
- Organismos públicos

### **ANÁLISIS DAFO**

#### **OPORTUNIDADES:**

- 1) No existe apenas competencia.
- 2) Bajo coste en transportes.
- 3) Rentabilidad a corto y largo plazo al no necesitar una gran inversión inicial y la gran demanda que presenta el sector.
- 4) Motivación del personal al ofrecerle estabilidad laboral y mejora del clima laboral en la empresa.

#### **AMENAZAS:**

- 1) La desconfianza que genera una empresa nueva en la zona.
- 2) Al tratarse de un servicio que no requiere de cualificación alguna, podría considerarse como no necesario tener que contratar nuestros servicios.

- 3) La percepción por parte de un particular de invasión de la intimidad de su domicilio, puede generar desconfianza.

### 2.3. ANÁLISIS DEL NEGOCIO

#### **Definición de la empresa:**

CASANETA S.C.C.L. es una empresa dedicada, como hemos dicho anteriormente como línea de negocio principal a la limpieza en domicilios particulares, sin dejar de atender otras líneas como el mismo servicio en hogares de personas ancianas o sin recursos, así como la limpieza en locales, escuelas, geriátricos, empresas, parking, etc.

Esta ubicada en la Ctra. de Sants nº 144 de Barcelona y para ello se procede al alquiler de un pequeño local de unos 50 m<sup>2</sup>, al no precisar de grandes superficies para realizar su actividad, al desarrollarla fuera del local.

Los valores principales que rigen los criterios de las actividades diarias de nuestra organización son principalmente:

HONESTIDAD tanto con el cliente como con los trabajadores.

IMPLICACIÓN con las necesidades del cliente y de los empleados, para que las relaciones sean fluidas y fructíferas.

ESFUERZO Y CONSTANCIA para conseguir satisfacer al cliente.

LEGALIDAD en lo concerniente a obligaciones y cumplimiento de la normativa que regula el sector de limpiezas a domicilio.

TRANSPARENCIA en todas nuestras actuaciones tanto ante organismos, instituciones, clientes y trabajadores.

EFICACIA y PUNTUALIDAD en trámites y gestiones

PROFESIONALIDAD mediante la formación y desarrollo a los empleados.

DISCRECIÓN en todo lo referente a clientes y empleados.

#### **Recursos Humanos**

La empresa necesita captar a personas interesadas en trabajar tanto en jornada completa como parcial, estos tendrán que facilitar a la organización la información concreta sobre su disponibilidad para poder planificar y coordinar adecuadamente toda la actividad laboral, con el finalidad de evitar la pérdida de tiempos entre un servicio y otro y para la atención adecuada a nuestros clientes.

Queremos integrar en nuestra organización a los trabajadores y hacerles partícipes de ella, ofreciéndoles a final del ejercicio una pequeña participación en el negocio, con lo que pretendemos fomentar su motivación, su fidelización y en general conseguir un buen clima social en la empresa.

Nuestro equipo humano esta especialmente seleccionado por su afinidad con los valores de la organización y por el respeto al cliente y la familia, lo que unido a su formación y cualificación hace posible que nuestra empresa y sus servicios se reciban en los hogares como algo familiar y de absoluta confianza.

## **Capacidad productiva**

Con la finalidad de que la producción sea la más elevada posible a la vez que la calidad en el servicio lo sea igualmente, se facilita a los trabajadores la formación y los instrumentos adecuados para el cumplimiento de su tarea. Se les forma adecuadamente sobre el uso y manejo de los productos y las herramientas de su trabajo, todo ello en cumplimiento de la normativa vigente en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

Como empresa ecológica que es, introducimos la idea del respeto al medio ambiente, utilizando productos totalmente ecológicos, para lo cual hemos contactado con empresas dedicadas a la distribución de estos productos, al objeto de que a cambio del uso de éstos por parte de nuestra empresa, y al hacer publicidad de su marca, nos vemos recompensados en forma de patrocinio o esponsorización.

## **Organización-planificación**

Es llevada a cabo por personas capacitadas, desenvueltas, con dotes de gerencia, creativas, ágiles en el trato tanto con los trabajadores como con los clientes y capaces de solucionar problemas de forma inmediata, con la finalidad de gestionar adecuadamente toda la labor de coordinación entre el trabajador y el cliente y así evitar pérdidas de tiempos muertos entre un servicio y otro.

## **Recursos financieros**

Nuestros principales recursos son los propios, esto es, las aportaciones sociales que se hacen al constituir la Cooperativa, que en nuestro caso se han desembolsado 12.000 euros, a su vez hemos solicitado un microcrédito de 15.000 euros, ya que las inversiones iniciales requerían de dicha aportación.

La elección de la forma jurídica de CASANETA en forma de cooperativa ha sido en función de la fiscalidad y de las subvenciones y bonificaciones existentes a nivel autonómico y que estamos interesados en solicitar a los organismos que correspondan.

A su vez, la publicidad de las empresas que comercializan los productos ecológicos que utilizamos también nos reportan ciertos ingresos.

## **Precio-producto**

A través del análisis de mercado que hemos efectuado, sabemos que el servicio que ofrece nuestra empresa (servicio de limpieza doméstico basado en la calidad, confianza y seguridad) no existe en el mercado.

Estas características lo dotarán de un valor añadido, lo diferenciarán de los restantes existentes en el mercado y consideramos que el precio al que lo vendamos será aceptado por nuestros clientes con mucho agrado, seleccionando de esta manera el mercado al que se dirigirá nuestra empresa.

## 2.4. PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El cliente "tipo" de CASANETA S.C.C.L., es muy amplio, tanto en edad como en situación familiar y además está en constante crecimiento por la dinámica social. A su vez también observamos una gran demanda de trabajo en colectivos poco cualificados que debido igualmente a los cambios sociales desean su incorporación en el mundo laboral, procurando conciliar éste con sus deberes familiares.

Nuestra empresa está dispuesta a poner en contacto a estos dos sectores sociales con la finalidad de obtención de un beneficio que a toda organización económica le caracteriza, para ello, además de nuestras experiencias académicas y profesionales contamos con factores tan importantes con los medios de locomoción existentes en el distrito, que facilitan la labor de coordinación consiguiendo bajos costes y la eliminación de tiempos muertos entre servicio y servicio.

### **Debilidades:**

- Recursos financieros escasos para hacer frente a los inicios de la actividad.
- Sector desconocido.
- Problemas en planificación por la poca experiencia.

### **Fortalezas:**

- Recursos humanos (gran cantidad de potenciales trabajadores)
- Nivel de inversión medio en inmovilizado.
- Apoyo y formación interna.
- Una buena coordinación para evitar tiempos muertos y así disminuir costes.



## MATRIZ DAFO

D

F

	<ul style="list-style-type: none"><li>-Gran cantidad de recursos humanos interesados.</li><li>- Nivel medio de inversión.</li><li>- Apoyo y formación interna.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- No existe apenas competencia.</li><li>- Bajo coste transportes.</li><li>- Rentabilidad c.p. y l.p.</li><li>- Motivación del personal.</li></ul>

O

Recursos

- financieros escasos.
- Sector desconocido
- Problemas planificación por poca experiencia

- Desconfianza por novedad en la zona.
- No requerir cualificación (puede no ser necesario)
- Percepción de invasión de la intimidad: desconfianza

A

### 2.5. OBJETIVOS

Nos hemos fijado en nuestra empresa como objetivo principal mejorar la calidad y el estilo de vida de nuestros clientes y sus familias, proporcionándoles

ayuda en sus tareas domésticas con personal honesto, efectivo y cualificado, que llevará a cabo el servicio con diligencia, calidad, profesionalismo y honestidad.

Uno de los aspectos clave de nuestro servicio es la honradez del personal y la seguridad absoluta en el domicilio del cliente, para lo cual buscamos en la selección de nuestros recursos humanos referencias garantizadas sobre ellos además de la contratación de un seguro de responsabilidad civil que pueda cubrir los posibles desperfectos causados en casa de nuestros clientes.

Como **objetivo financiero** nos planteamos efectuar la facturación a nuestros clientes de forma semanal o quincenal, en función de los servicios prestados, sobre todo al inicio de nuestra actividad, lo cual nos resuelve el problema de la escasez de recursos financieros para el inicio de nuestra empresa, consiguiendo así una fuente de autofinanciación, sin tener que recurrir a recursos externos.

Como **objetivo de marketing** priorizamos ante nuestro clientes la oferta de unos servicios de calidad a la vez que le garantizamos la regularidad y la eliminación del absentismo: el cliente siempre recibe al mismo equipo de trabajo de limpieza, y en caso de que los empleados asignados estén indispuestos o de baja laboral, estos son reemplazados por otros de igual preparación.

Inciendo en la idea de servicio de calidad y como empresa respetuosa con el medio ambiente, nos decantamos hacia la utilización de productos que presenten las características de ser ecológicos y que no produzcan daños en el medio ambiente

## 2.6. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

**De comunicación:** construir y fidelizar una buena cartera de clientes responde a los intereses de la empresa a la vez que ellos mismos se benefician de la relación empresa-cliente a largo plazo.

Los beneficios que se supone que el cliente recibe de nuestra empresa provienen de:

- La confianza: sentimiento de seguridad y confianza en el que presta el servicio, disminuyendo su ansiedad y el alivio que le supone conocer el servicio que espera que se ofrezca.
- Beneficios sociales. Con el tiempo, los clientes desarrollan con la empresa una relación de familiaridad. Este vínculo disminuye la posibilidad de que ellos cambien a la competencia, aún cuando se les pudiera ofrecer mejor precio.

Igualmente, nuestra empresa obtiene de esta relación numerosos beneficios asociados a generación de riqueza y obtención de rendimiento, que son en definitiva la esencia del negocio:

- Incremento de volumen de negocio: cuando el cliente sostiene con la empresa una relación social particular, tiende a demandar mayores servicios de la empresa suministradora por el hecho de conocerla y

por la satisfacción de la calidad de los servicios respecto de la competencia.

- El mantenimiento de los clientes durante un largo periodo de tiempo genera bajada en los costes asociados a la atracción de nuevos clientes (publicidad y promoción).
- Publicidad gratuita por medio de la comunicación "boca a boca": los clientes satisfechos y leales respaldarán a nuestra empresa a través de este tipo de publicidad, que puede resultar más eficaz que cualquier otra y que reduce los costes de atracción de nuevos clientes.
- Retención de empleados: al estar satisfechos en su relación con los clientes, sus trabajos son más satisfactorios, y ellos fomentarán las relaciones con los clientes. Al mismo tiempo, la calidad en el servicio se mejora y los costes de rotación de personal se reducen.

La comunicación de la empresa con el cliente se establece en principio por canales como internet (nos parece la forma más adecuada actualmente dada la utilización de las nuevas tecnologías en la mayoría de hogares y siendo el canal más utilizado tanto por particulares, empresas y organismos), también como método más tradicional utilizamos el "buzoneo", sobre todo entre los domicilios del distrito donde estamos ubicados, facilitando información sobre los servicios que presta nuestra empresa.

Estos canales son igualmente utilizados para darnos a conocer a los posibles trabajadores de nuestra empresa, dirigiéndonos principalmente entre otros a colectivos de mujeres que actualmente realizan las tareas domésticas en domicilios particulares de forma irregular, procurando captar su interés por nuestra organización: les ofrecemos contrato laboral, posibilidad de participar en nuestra empresa a largo plazo, formación...etc., siendo esta una forma indirecta de captar clientes, ya que sus clientes, pudieran ser en un futuro también clientes de CASANETA S.C.C.L..

La utilización de un "logo" como el que hemos escogido, será la representación gráfica de nuestra empresa, ofrece la primera imagen hacia el cliente, buscamos con su elección que fuera divertido, fácilmente reconocible, que sugiera familiaridad, satisfacción y que de una nota de alegría y colorido a la presentación de nuestra empresa.

La comunicación con organismos oficiales e instituciones para ofrecerles nuestros servicios para el colectivo de personas mayores o sin recursos, se ha realizado por concurso.

Hemos contactado con empresas fabricantes de productos ecológicos, ofreciéndoles introducir su anagrama en nuestra documentación para hacerles publicidad y la utilización de sus productos en las casas de nuestros clientes a cambio de un posible patrocinio o esponsorización que nos ayuda a financiarnos económicamente.

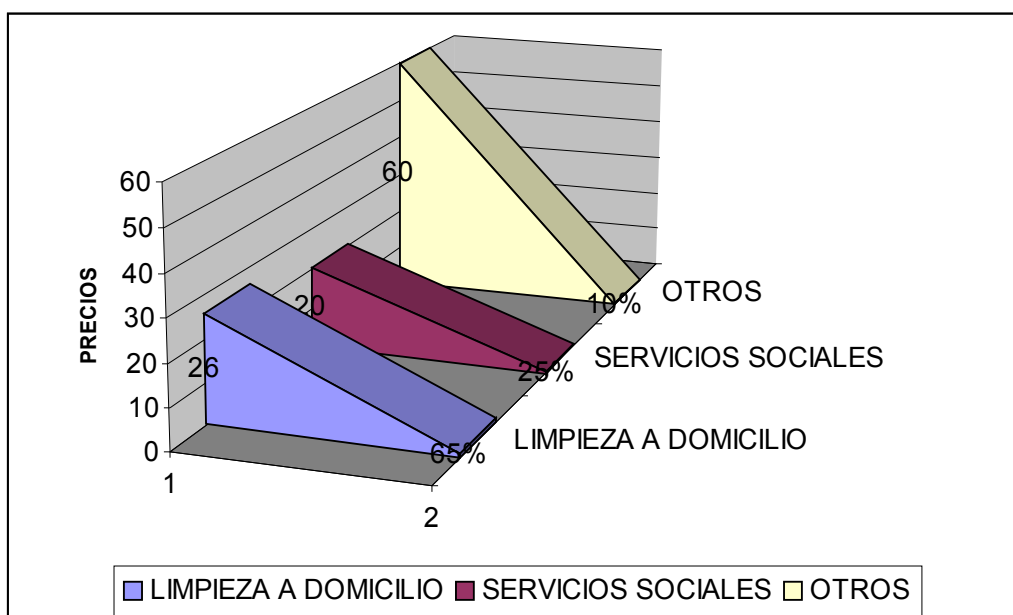
## **De producto- precio**

Al hablar del producto que CASANETA S.C.C.L. se propone ofrecer hemos señalado repetidamente que se trata de un producto que consideramos como necesidad básica, tanto para las familias como para las empresas, aunque innovador en cuanto a la forma de ofrecerlo a nuestros clientes, al considerar como valores principales en la relación empresa-cliente la honradez, confianza, seguridad, etc.

Por todo ello, consideramos que nuestro producto tiene un precio adecuado a la valoración del servicio entre nuestros clientes, los cuales lo perciben como asumible en relación con las contrapartidas recibidas. Pretendemos con ello fidelizar de tal forma a nuestros clientes que las relaciones con la empresa sean totalmente satisfactorias para ambos y duraderas a largo plazo.

Nuestra empresa ofrece tres tipos de servicios con diferentes precios cada uno.

SERVICIO	VOLUMEN DE ACTIVIDAD	PRECIO
LIMPIEZA A DOMICILIO	65%	18€ A 26€
SERVICIOS SOCIALES	25%	SEGÚN PRESUPUESTO
OTROS	10%	SEGÚN PRESUPUESTO



## 2.7. CONTROL

CASANETA S.C.C.L. para verificar que los objetivos principales de su actividad se están llevando a cabo satisfactoriamente realiza las siguientes acciones:

a) CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO: pretende un control exhaustivo del servicio realizado en los hogares, enviados estos a casa del cliente para comprobar su satisfacción y resolver posibles problemas que pudieran tener con

el servicio. Se realiza este control al enviarle la factura y tienen que contestar por correo.

Con esto se pretende que el cliente tenga siempre la última palabra con respecto del servicio, nos comunique sus necesidades y la empresa pueda en definitiva establecer un producto flexible que se adapte al cliente.

b) Control interno del estado financiero de la empresa de forma mensual, para evitar posibles desviaciones financieras o de tesorería, y en su caso, poder solventarlas lo más rápido posible.

Este control se lleva a cabo con la emisión de facturas de forma semanal o quincenal, de tal forma que es más fácil controlar el posible impago, pudiendo proceder a su reclamación por las vías que proceda.

c) Creación de equipos de trabajo interno en los que la comunicación con la organización es el canal que utiliza nuestra empresa para verificar las nuevas necesidades del mercado y poder con ello adaptarse con flexibilidad a los posibles cambios.

### **3. PLAN DE OPERACIONES**

#### **3.1. LOCALIZACION DE LA EMPRESA**

Una de las decisiones que más afecta el futuro de una organización es la localización de la misma, esta importancia viene determinada por dos razones. Una la elección del emplazamiento puede suponer una elevada inversión para la empresa, en el caso de que se adquiera el local, o un compromiso de pagos periódicos elevados, en el supuesto de alquiler o leasing. Y otra razón es que la decisión de localización puede condicionar la ventaja competitiva de la empresa, es decir, determinar su éxito.

La mejor localización para una empresa es aquella que le proporciona los máximos beneficios, bien porque permite aumentar los ingresos respecto a otras localizaciones, o bien porque reduce los costes

Hay muchas variables que una empresa debe valorar para decidir cual va a ser el centro de operaciones del negocio, aunque por el tipo de proyecto que nosotros vamos a poner en marcha, no todas serán determinantes.

- Posibilidades de negocio.
- Proximidad con proveedores o suministradores.
- La proximidad con los clientes.
- Estar en un entorno donde halla mano de obra cualificada.
- El marco jurídico.

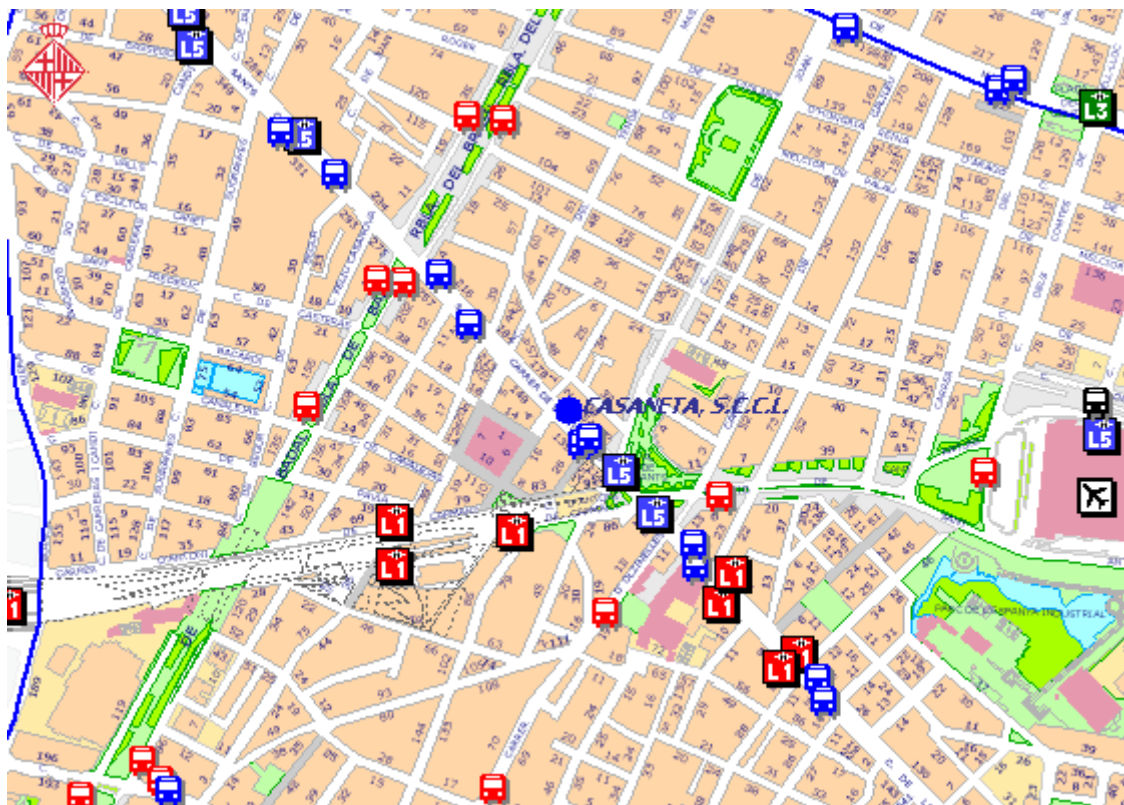
- La competencia existente.
- Comunicaciones.
- La ubicación como resultado de un objetivo de marketing.
- La calidad de vida de la zona.
- El precio del alquiler de los locales.

Junto a todos estos factores, hay que considerar la idoneidad de la localización en función de la estrategia y orientación de la empresa.

Después de analizar tres zonas del área de Barcelona ciudad, barrio de Sants, la Verneda y Pedralbes, nos hemos decidido por el barrio de Sants. En este distrito se encuentra la calle comercial más larga de Europa, 4 km separan la Plaza España de la carretera de Collblanc. Actualmente es una de las zonas más dinámicas de la ciudad y con una larga tradición comercial.

Comparando estas tres zonas hemos descartado Pedralbes, porque la mayoría de la población tiene un estatus alto y los servicios que podría ofrecerles CASANETA, S.C.C.L. lo tienen cubierto por personal interno e incluso contratado en las casas particulares. Comparándolo con el barrio de la Verneda el nivel económico es más bajo, con lo que la población prescindiría de este servicio. En cambio la zona de Sants el nivel económico es más desahogado.

Es una zona con buena comunicación, por metro, líneas de autobuses y RENFE, ya que es un factor importante para el desplazamiento de nuestros empleados.



Otro factor decisivo ha sido el coste de los alquileres, de las zonas estudiadas es de las que tiene el precio del m<sup>2</sup> más bajo.

Zona Estadística	€/m <sup>2</sup> útil mes		Precio medio de un local
	Máximo	Mínimo	
Gótico	28,85	5,83	1.994
San Antonio	27,50	3,16	2.075
Ensanche (Izq.)	27,08	3,16	2.499
Ensanche (Dcho.)	26,43	3,00	2.918
Sagrada Familia	26,00	5,00	1.362
Bordeta-Hostafrancs	19,33	3,75	1.232
Sants	19,01	2,77	1.213
Les Corts	23,33	2,13	1.500
Pedralbes	17,24	3,19	2.000
Sant Gervasi	28,00	2,22	1.404
Verneda	17,65	4,35	1.017

Fuente: Departamento de Estudios Fiscales. Ayuntamiento de Barcelona

Otro factor a tener en cuenta es las características de la población en las zonas elegidas:

	SANTS	VERNEDA	PEDRALBES
<b>Superficie (ha)</b>	189,7	186,3	290,9
<b>Población</b>	74.829	56.611	13.106
<b>Tasa crecimiento</b>	4,3	0,5	4,3
<b>Densidad(Hab/ha)</b>	411	305	47
<b>%Hogares Unipersonales</b>	27,3	19,2	18,7
<b>% gente grande que vive sola</b>	4,9	3,9	2,9
<b>Tasa de actividad</b>	55,0	52,1	52,2
<b>Tasa de paro</b>	11,1	11,8	8,1
<b>% Jubilados</b>	20,4	19,5	13,9
<b>Viviendas/ha</b>	205,4	131,3	21,0

Fuente: Departamento de estadística. Ayuntamiento de Barcelona

Existen varios modelos para poder escoger que localización puede ser más viable:

- **El método de la mediana simple**

$$CT=c*(E*D)$$

Donde la siglas significan:

CT: Coste de transporte

C: Coste unitario

E: número de envíos

D: distancia recorrida

La distancia se calcula  $D=\sqrt{X-X_i}^2+\sqrt{Y-Y_i}^2$

(X,Y) Localización óptima

(X<sub>i</sub>,Y<sub>i</sub>) Localización de diferentes mercados

Este método no lo podemos llevar a cabo, ni los cálculos ni el concepto para nuestras decisiones, porque en nuestro caso específico no tenemos envíos ni costes de envíos, porque no los utilizamos.

- **Modelo descriptivo**

En nuestro caso exponemos los factores que nos han hecho decidir por una u otra zona en la ciudad de Barcelona. Hemos tenido en cuenta diferentes factores tanto tangibles como intangibles (cuantitativos, cualitativos).

Tenemos un listado de factores, estos los ponderamos (se les da importancia en % porque no todos los factores tienen la misma importancia).

<b>PONDERACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN FACTOR</b>	<b>SANTS</b>	<b>VERNEDA</b>	<b>PEDRALBES</b>
35%	Oferta de mano de obra	9	10	6
30%	Coste del alquiler	8	9	5
20%	Comunicación	10	7	6
15%	Poder adquisitivo	8	4	9

### **Modelo Descriptivo Aditivo**



$$V_j = \sum P_i \cdot F_{ij}$$

$$V_{\text{Sants}} = (9 \cdot 0,35) + (8 \cdot 0,30) + (10 \cdot 0,20) + (8 \cdot 0,15) = \mathbf{8,75}$$

$$V_{\text{Verneda}} = (10 \cdot 0,35) + (9 \cdot 0,30) + (7 \cdot 0,20) + (4 \cdot 0,15) = 8,20$$

$$V_{\text{Pedralbes}} = (6 \cdot 0,35) + (5 \cdot 0,30) + (6 \cdot 0,20) + (9 \cdot 0,15) = 6,15$$

El modelo descriptivo aditivo nos indica que Sants es la zona que está mejor situada de las tres, con una puntuación de 8,75.

### Modelo Descriptivo Exponencial

$$V_j = p \cdot F_{ij}^{(P_i/100)}$$

$$V_{\text{Sants}} = 9^{0,35} \cdot 8^{0,30} \cdot 10^{0,20} \cdot 8^{0,15} = \mathbf{8,72}$$

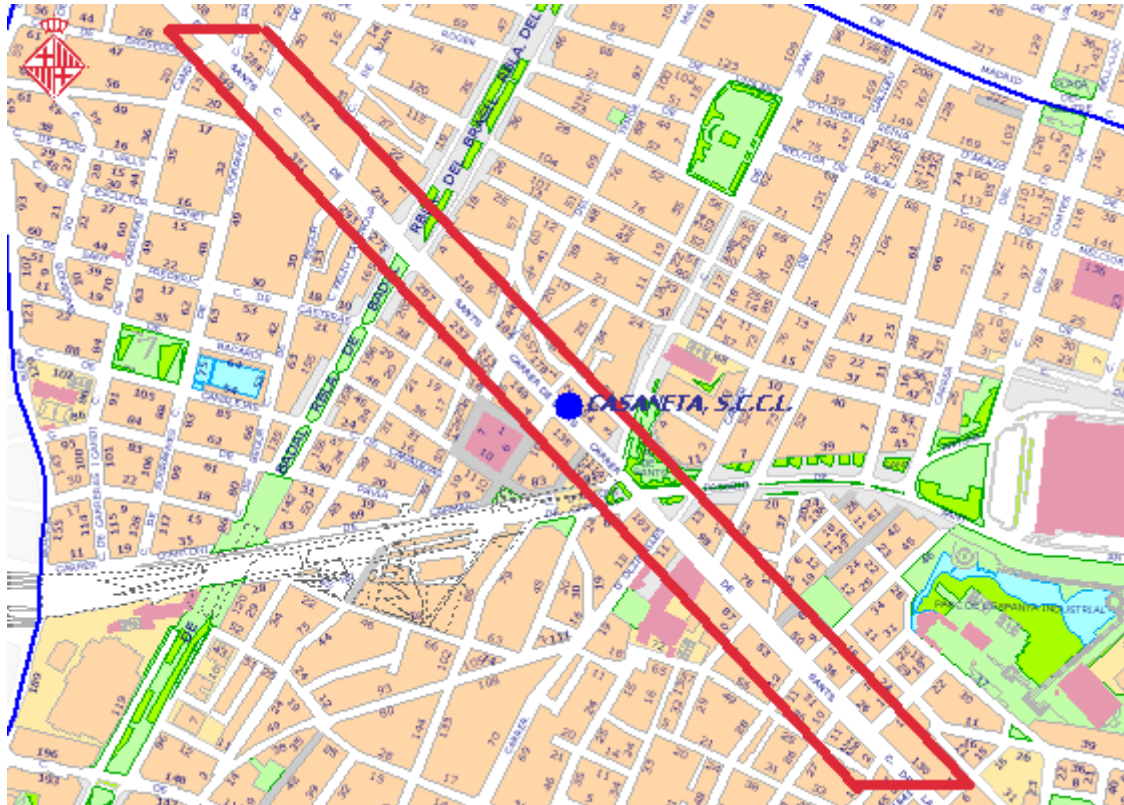
$$V_{\text{Verneda}} = 10^{0,35} \cdot 9^{0,30} \cdot 7^{0,20} \cdot 4^{0,15} = 7,86$$

$$V_{\text{Pedralbes}} = 6^{0,35} \cdot 5^{0,30} \cdot 6^{0,20} \cdot 9^{0,15} = 6,04$$

En este caso también establece que la mejor opción es la zona de Sants con una puntuación de 8,72 seguida de la Verneda como segunda mejor opción.

Con los resultados obtenidos hemos decidido ubicar nuestra empresa en el barrio de Sants, concretamente en la Calle Sants nº 144, ya que es la zona que nos ofrece en su globalidad unas mejores condiciones para que podamos obtener mayores beneficios.

Plano de localización de nuestra empresa

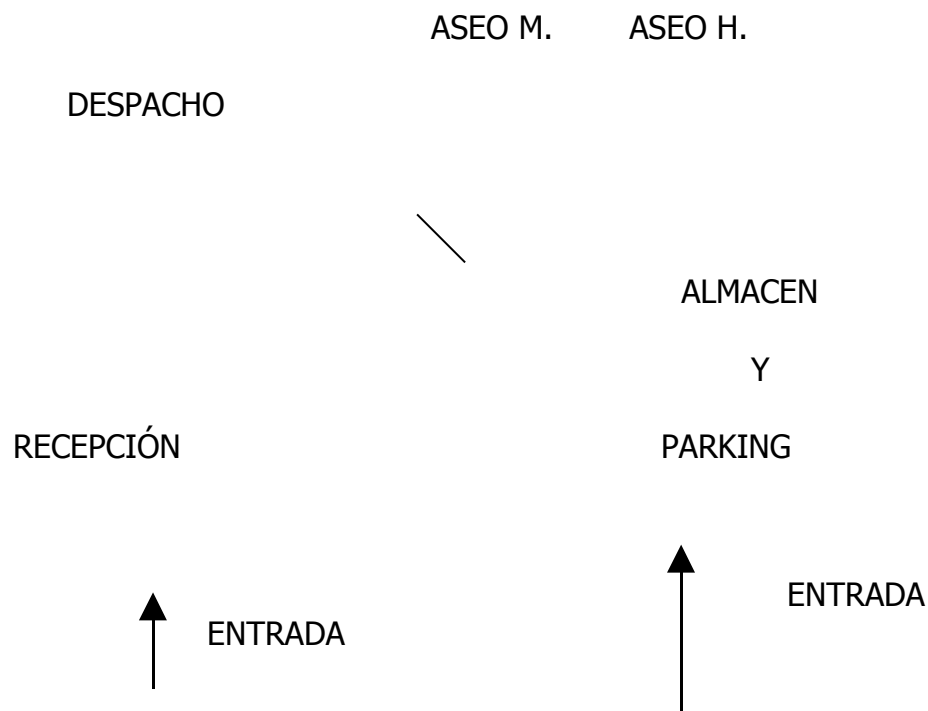


## EL LOCAL

El local de CASANETA, S.C.C.L. es un espacio alquilado por el que pagamos 1.300 € al mes. Tiene una superficie de 150 m<sup>2</sup>. Las reformas que se tienen que efectuar han sido mínimas, ya que se trata de un edificio de nueva construcción. Tanto la instalación eléctrica, climatización, como el cableado informático, se adapta a nuestra necesidades.

El local consta de 2 entradas, la principal que da acceso a la recepción que es destinada a la atención personal y telefónica de clientes y el despacho destinado al desarrollo de trabajos administrativos y contables.

La segunda entrada da acceso al almacén y parking. El local dispone de dos aseos (hombres y mujeres).



### 3.2. PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD

Durante los 6 meses anteriores a la iniciación de la actividad, hemos contactado tanto con personal dedicado a este servicio sin contratación, como a su vez con clientes potenciales que deseaban un servicio más fiable, con lo que al inicio de nuestra actividad contamos con una plantilla de trabajadores eventuales y una clientela con los cuales realizamos contratos por periodos prefijados. Hemos conseguido el concurso para el año 2007 con el Ayuntamiento de servicios a familias con pocos recursos económicos.

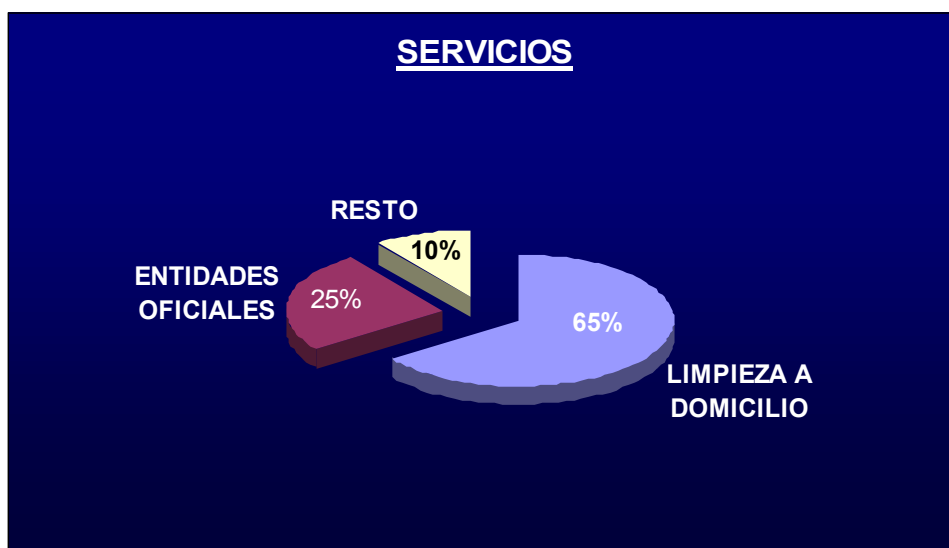
Durante el mes de agosto habrá un retroceso en las ventas ya que es el periodo de vacaciones y las familias marchan de sus domicilios. Pero a partir de septiembre la actividad aumentará.

### 3.3. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

#### **DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

Los servicios que realizamos están enfocados principalmente en los siguientes sectores:

- a) Limpieza a domicilio: será la línea principal del negocio ocupando el 65% de nuestra actividad. Se ofrece en domicilios particulares a familias tradicionales y hogares unifamiliares, que disponen de poco tiempo para el trabajo doméstico.
- b) Entidades u Organismos oficiales: será el 25% de la actividad de la empresa, a través del cual se cubrirá las necesidades de hogares de personas mayores sin recursos.
- c) Otros: el restante 10% de la actividad la cubrimos en el sector de limpieza de locales, comunidades de vecinos, colegios y limpiezas a fondo después de realizar obras.



## **ATRIBUTOS RESPECTO DE OTROS PRODUCTOS QUE HAY EN EL MERCADO**

Después de analizar y localizar las empresas existentes en el distrito hemos observado que están dedicadas a la limpieza general y sólo puntualmente realizan servicios a domicilios.

La mayoría de las empresas de la competencia prestan los servicios bajo contrata, lo cual no permite realizar controles de calidad. En cambio nuestra empresa llevará a cabo el sistema de control de la calidad y haremos un seguimiento exhaustivo de los servicios que ofrecemos.

También pretendemos fomentar el empleo estable de este colectivo de personas que realizan estos trabajos de forma sumergida e ilegalmente, con lo cual estamos ofreciendo a nuestros clientes más seguridad y fiabilidad.

Nuestra empresa para respetar el medio ambiente también utilizará productos ecológicos.

## **DESARROLLO DE FUTUROS PRODUCTOS**

En vista de las previsiones de venta de nuestros servicios, próximamente nos gustaría ampliar nuestro abanico de productos:

- Plancha
- Cuidado y tratamiento de la madera
- Pulimento de suelos de mármol
- Abrir otra vía de negocio para la limpieza de graffitis en la vía pública
- Intentar obtener la concesión de entidades oficiales para realizar limpiezas en mercados y casales de ancianos, polideportivos municipales, colegios, etc.

### **3.4. GESTIÓN DE LA CALIDAD**

Partiremos de la definición de "calidad" que hace la American Society Quality Control: conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren una aptitud para satisfacer las necesidades del usuario.

Existen diferentes perspectivas del concepto de calidad:

- Satisfacción de expectativas del cliente.
- Conformidad del producto: con los requerimientos de fabricación y requerimientos legales.
- Calidad como valor: relación calidad-precio.
- Calidad como excelencia: compromiso de todos los elementos de la organización para crear un producto lo mejor posible.

Todos estos apartados son los que darán a la empresa su "cadena de valor", por lo tanto, habrá que procurar que se cumplan cada uno de los apartados.

La PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD es el proceso por el cual una empresa define su posición en el mercado y desarrolla los objetivos y las acciones concretas para alcanzar los objetivos de calidad. El proceso de planificación de la calidad se estructura:

- 1) Verificando que el objetivo esté clarificado y definido.
- 2) Identificando los clientes, tanto externos como internos.
- 3) Determinando las necesidades de los clientes.
- 4) Desarrollando el producto o servicio en función de los requerimientos que ha de tener para satisfacer al cliente.

La SATISFACCIÓN DEL CLIENTE constituye el elemento más importante de la gestión de la calidad y la base del éxito de la empresa, teniendo resultados directos con la actividad empresarial. Se trata de diseñar herramientas, tales como encuestas, gestión de reclamaciones, etc. para conocer cuales son los factores que influyen en la lealtad de los clientes, con objeto de adoptar medidas que mejoren su satisfacción.

Las RELACIONES CON LOS PROVEEDORES también son muy importantes dentro de la gestión de la calidad, ya que una estrecha colaboración conseguirá un beneficio mutuo: la satisfacción final del cliente.

### **Control de la calidad**

Se trata de pruebas e inspecciones continuas que se utilizan para mantener la calidad de los productos o servicios. Las herramientas de que dispone la empresa para efectuarlas son:

- Autocontrol→ por parte del propio trabajador, que es el que mejor conoce el desarrollo de su trabajo. Proporcionándole los medios y formación necesarios para corregir deficiencias y delegando en él la responsabilidad.
- Círculos de calidad→ pequeños grupos que voluntariamente desarrollan actividades de control de calidad en áreas concretas. Su trabajo está basado en compartir ideas de mejora para conseguir mejorar el entorno de trabajo para que el resultado final sea bueno.

### **NORMAS ISO 9000:2000 FAMILIA DE ESTANDARES**

Se trata de un conjunto de normas editadas y revisadas periódicamente por la Organización Internacional de Normalización (ISO) sobre el aseguramiento de la calidad. Aunque originariamente se idearon para empresas industriales, su aplicación se ha difundido con rapidez en otros sectores. Tienen un reconocimiento generalizado y han influido muy positivamente en la mejora de las empresas.

Consolidan internacionalmente un marco normativo de la gestión y control de calidad. La versión actualizada es la ISO 9001:2000, consta de tres estándares ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003 que se integran en ISO 9001:2000 adaptada

como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad y el aseguramiento continuo de la misma. Esta certificación es un documento sin validez legal, expedido por una entidad acreditada y que son concedidas si se cumplen todos los requisitos. Lo que certifica es que la empresa cumple las más estrictas normas de calidad, con vistas a una mejora de la satisfacción del cliente.

Las principales diferencias entre la certificación ISO 9001:2000 con las anteriores ISO son:

- Se pasa de 20 elementos incluidos en el certificado anterior a 8 principios básicos, lo cual es más factible para su certificación.
- Consta de tres tipos de normas certificables.
- Está más orientada a procesos.
- Mayor orientación al cliente.
- Tiene una estructura similar a la normativa de gestión medioambiental (ISO 14001)
- Mejor aplicación para empresas de servicios.
- Tiene en cuenta los requisitos legales.

#### PROCESO DE IMPLANTACIÓN:

- 1) Definición del proceso:
  - a. Estrategia: marca las directrices de la actuación.
  - b. Fundamentales: relacionadas con la actividad directa de la empresa.
  - c. Apoyo: dan soporte a las fundamentales (p.e. administrativos o financieros)
- 2) Documentación: la norma requiere que la empresa tenga un sistema de calidad documentado, que defina el conjunto de la estructura, responsabilidades, actividades, recursos y procedimientos genéricos para llevar a cabo la gestión de la calidad (MANUAL DE CALIDAD) y los procedimientos concretos que aseguren la calidad del producto final (MANUAL DE PROCEDIMIENTOS)
- 3) Implantación de lo documentado: es la parte más difícil de llevar a cabo.
- 4) Evaluación interna: mediante equipos multidisciplinares.
- 5) Auditoria externa: por empresas acreditadas.
- 6) CERTIFICACIÓN si se cumplen todos los requisitos.
- 7) Mejora continua: seguimiento durante 3 años aprox. para ratificar la certificación otorgada.

#### **Principios de la gestión de la calidad**

Los ocho principios básicos sobre los que se basan las normas de sistemas de gestión de la calidad de la serie de normas ISO 9000 revisadas, derivan de la experiencia colectiva y de los conocimientos de los expertos de todo el mundo

que participan en el Comité Técnico ISO/TC 176, que es el responsable del desarrollo y mantenimiento de estas normas.

- 1.- Enfoque al cliente: las empresas, al depender de ellos, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, y esforzarse en su satisfacción.
- 2.- Liderazgo: unidad de propósito y dirección para involucrar a todo el personal para lograr los objetivos de la organización.
- 3.- Participación de todo el personal con independencia de su nivel dentro de la empresa (TOP DOWN).
- 4.- Enfoque basado en procesos: todas las actividades deben gestionarse con la implicación de todos los departamentos.
- 5.- Enfoque el sistema hacia la gestión: mejora eficiencia y eficacia.
- 6.- Mejora continua: objetivo permanente dentro de la organización.
- 7.- Objetivo hacia la toma de decisiones: orientación al resultado final.
- 8.- Relaciones beneficiosas con proveedores: capacidad de creación de valor.

### **Factores críticos del éxito**

- Es vital el compromiso de todo el personal y la involucración de la dirección.
- Poner énfasis en la implantación después de documentarlo.
- Considerarlo como prioridad estratégica a todos los niveles.
- Existencia de personal de apoyo para asesorar y evaluar todo el proceso.
- Clarificación de responsabilidades durante la implantación.
- COMUNICACIÓN: elimina reticencias entre el personal.

### **EFQM (CALIDAD TOTAL)**

Éste es un modelo mucho más amplio que la norma ISO 9000 y que contempla: liderazgo, política y estrategia, personas, alianzas y recursos, procesos, resultados en las personas, resultados en los clientes, resultados en la sociedad y resultados clave.

A diferencia de las normas ISO, EFQM dicta una serie de principios a seguir en el camino hacia la excelencia. Abarcando a toda la organización, mientras que la ISO abarca procesos concretos dentro de la actividad de la empresa. Se trata de un modelo integral pero absolutamente flexible y adaptable a cualquier tipo de empresa, grande o pequeña, pública o privada.

La gran diferencia con respecto de la ISO es que tiene en cuenta la sociedad a la que se aplica.

La EFQM promueve la autoevaluación como elemento fundamental de su enfoque de calidad total, ofreciendo un marco genérico de criterios que pueden aplicarse ampliamente a cualquier organización.

Este reconocimiento distingue a las empresas por su Sistema Integral de Gestión Empresarial, con un alcance europeo. Por ello representa un valor



añadido para todos sus clientes y personas que forman parte de la organización. Al margen de representar un hecho diferencial respecto de la competencia.

Los principios de excelencia tienen un alcance mundial y en cada país surgen instituciones dedicadas a gestionarlos y certificarlos. La European Foundation for Quality Management (EFQM) es la institución europea, pero existen otras como la Japan Quality Award en Japón o el Malcom Baldrige en EE UU.

## **LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN NUESTRA EMPRESA**

Como ya se ha comentado, la calidad es un aspecto competitivo entre las empresas. En la nuestra, dedicada al sector de la limpieza en general y principalmente en los domicilios particulares de nuestros clientes, la concebimos desde el inicio de nuestra actividad empresarial como un factor primordial, incluido dentro de nuestro plan estratégico y asimilada por el equipo directivo, que va a servir de base a todos nuestros trabajadores para que asuman el concepto de calidad como parte de la filosofía que seguirá toda nuestra actuación empresarial.

Si la calidad en el servicio de nuestra empresa es satisfactoria y así la perciben nuestros clientes, formará parte de nuestra imagen corporativa que daremos a conocer a través de ellos a futuros nuevos clientes.

Ya desde el inicio de la actividad de CASANETA S.C.C.L. nos proponemos en el Plan Estratégico incluir la gestión de la calidad entre los puntos fuertes de nuestro ideario, para marcar la diferencia con respecto de nuestros competidores. Pensando en que la ISO es necesaria, pues nos brinda una ventaja competitiva sostenible ya que nuestros posibles competidores pueden tener en un tiempo razonable la misma certificación, nos proponemos inicialmente obtener dicha certificación, ya que nos parece casi inalcanzable intentar conseguir el modelo de calidad total que proporciona el EFQM.

Somos conscientes de que nos encontramos en los inicios de nuestra actividad empresarial y de que pudiera parecer un objetivo muy ambicioso y desafiante este proyecto, pero estamos seguros de que seremos capaces de llevarlo a cabo y de que los resultados serán altamente satisfactorios.

## **ACCIONES CONCRETAS QUE SE LLEVARÁN A CABO**

Con carácter previo a la implementación de los programas de calidad y documentación a que nos obliga la normativa, consideramos prudente evaluar y crear las condiciones que sean más favorables para no errar en la puesta a punto del sistema de gestión:

- Estudiaremos el clima laboral existente en la empresa con la finalidad de corregir la posibilidad de que exista un bajo nivel en los resultados.
- Comunicaremos claramente a la totalidad del personal nuestros objetivos en este campo. Este aspecto lo consideramos de suma importancia puesto que son ellos quienes van a ser responsables de la solución de los problemas que pudieran surgir y de este modo se sentirán más comprometidos y motivados con el proyecto.
- Oiremos y analizaremos todas las sugerencias que al respecto de la calidad pudieran ofrecerse por parte de todos los integrantes de la organización. Con ello mejoraremos el sistema de comunicación horizontal y vertical, resolviendo las posibles discrepancias entre todos.

Una vez que esté toda la empresa dispuesta a llevar a cabo el Sistema de Gestión de la Calidad y para hacer un seguimiento de los servicios que ofrece la empresa CASANETA SCCL, desarrollaremos el plan:

1.- Definición del documento de calidad: documento teórico que incluye las operaciones regulares, descripción de la organización, responsabilidades de la dirección y detalle de los 8 principios de la gestión de la calidad. Aunque normalmente es de uso interno, puede ponerse a disposición de clientes o proveedores para su evaluación.

2.- Implantación del plan: crearemos un equipo dentro de la organización, nombrando un responsable, que informe, evalúe y corrija los puntos desarrollados.

3.- Revisión y fijación de objetivos e indicadores de calidad: auditorías internas que consistan en la revisión de los objetivos específicos y la selección de calidad de cada uno de ellos. Definiremos un modelo de registro común y centralizado para que los responsables de las áreas puedan conseguir los indicadores definidos.

CASANETA S.C.C.L., seguirá concretamente las siguientes actuaciones:

**Análisis de medición de satisfacción del cliente:** como mínimo, una vez cada dos meses (pues a la mayoría de nuestros clientes damos servicio una vez por semana) pasaremos cuestionarios de satisfacción, con el fin de comprobar si es positivo, corregir posibles errores y quejas que pudieran tener y recoger las sugerencias para conocer sus expectativas. Estos cuestionarios se formalizarán mediante entrevistas, por correo o teléfono.

**Teléfono de atención al cliente (902):** para dar mayor agilidad a la comunicación con la empresa, a los efectos de solucionar con rapidez los posibles imprevistos que pudieran ocasionarse y con amplitud de horarios en su atención. Se analizarán estadísticamente las llamadas recibidas y así se dispondrá de información directa.

**Índice de repetición en los servicios:** de este modo dispondremos de información estadística fiable sobre las veces en que nuestros clientes requieren de nuestros servicios.

**Índice de clientes que nos contratan por mediación de otros clientes:** tendremos información sobre la satisfacción de clientes que nos recomiendan a otras personas.

**Reuniones periódicas con los trabajadores:** de este modo dispondremos de información directa sobre cuestiones organizativas, problemas en la realización de los trabajos, problemas con horarios de los propios trabajadores y clientes para su adaptación, funcionamiento de la empresa, etc.

**Satisfacción de nuestros empleados:** seguimiento personalizado o anónimo a través del buzón de quejas y sugerencias dentro de la empresa sobre la toma de decisiones con respecto de la calidad, motivación, clima laboral, trato de los superiores, posibles problemas entre compañeros, etc.

Con la documentación completa de la gestión de operaciones integradas dentro del organigrama de la empresa, realizada con un diseño estandar y en una base de datos, se realizará un análisis de la información obtenida, lo cual nos permitirá llegar a una serie de **conclusiones** sobre nuestro Plan de Gestión de Calidad:

- Mejora continua de todo el sistema de servicio al cliente mediante la medición y evaluación continuada.
- Detección de los aspectos que pueden mejorarse a corto y medio plazo.
- Haber facilitado la implementación generalizada del trabajo entre los diferentes departamentos de la empresa.
- Colaboración de todo el personal de la empresa, sin el cual no se puede llevar a cabo un plan tan ambicioso.

Finalmente, llevado a cabo todo este proceso de implantación del Sistema de Gestión de Calidad, solicitaremos de la entidad certificadora y acreditada (AENOR, LGAI, VERITAS, etc) la solicitud de certificación, con la presentación del Manual de Calidad y la documentación requerida.

La empresa realizará una auditoria de todos los procedimientos de la empresa para ver si cumple con los estándares requeridos por la normativa y en función del resultado, expedirá el certificado de calidad ISO o si existen no conformidades lo comunicará a la empresa para su corrección.

### **3.5. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL**

En los últimos años ha aumentado el número de empresas que tienen como objetivo la protección del medio ambiente; unas veces por convencimiento

propio y otras por la presión de la opinión pública o de la legislación, incorporando tecnologías limpias y poniendo los medios para evitar su deterioro.

El sistema de gestión medioambiental (SGMA), regulado en la U.E. por el Reglamento nº 1836/93, está definido como aquella parte del sistema general de gestión de una empresa, que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política medioambiental.

Por lo tanto, se trata del sistema que seguirá una empresa y que la permitirá alcanzar los objetivos de mejora del medioambiente que previamente se habrá marcado y dará una respuesta eficaz a los cambios legislativos, sociales, financieros y competitivos, así como a los riesgos medioambientales.

### **Implantación del SMGA**

- 1.- Definir una política medioambiental, por parte de la dirección y su difusión a nivel interno y externo.
- 2.- Fijación de objetivos y metas cuantificados y los medios necesarios para lograrlos.
- 3.- Implantación de organización adecuada y fijación de responsabilidades.
- 4.- Establecer los mecanismos y procedimientos para llegar a las metas.
- 5.- Adquirir el compromiso de mejora continua.
- 6.- Evaluar y controlar continuamente los efectos medioambientales que existen en la empresa.
- 7.- Cumplir con toda la normativa aplicable.
- 8.- Formación a los trabajadores.
- 9.- Registro y documentación de todos los aspectos relativos a esta materia.
- 10.- Someter el sistema a auditorías periódicas internas y externas.
- 11.- Información a los trabajadores, Administración y público en general.

### **Objetivos del SMGA**

- Garantizar el cumplimiento de la legislación medioambiental.

- Identificar y prevenir los efectos negativos que la actividad de la empresa produce sobre el ambiente y analizar los riesgos que pueden llegar a la empresa como consecuencia de impactos ambientales accidentales que pudiera producir.
- Concretar la manera de trabajar que se debe seguir en esa empresa para alcanzar los objetivos que se han propuesto en esta materia.
- Fijar un presupuesto, personal responsable y otros recursos que se le tendrán que dedicar para llevar a cabo el sistema.

Para que este sistema sea eficaz, es imprescindible que llegue a ser un factor totalmente integrado en la gestión de la empresa, logrando además la implicación de todo el personal, desde la dirección hasta el último operario, debiendo estar definido de manera clara y comprensible para todos los integrantes de la organización y para el público en general.

Las principales razones que motivan a una empresa a implantar el SGMA pueden ser las siguientes:

- Exigencias legislativas: normativa cada vez más amplia, completa, precisa y exigente que todavía en España no se encuentra al mismo nivel que en otros países europeos.
- Relaciones con la Administración: que ejerce la vigilancia y control del cumplimiento de la legislación vigente.
- Imagen ante la sociedad: existe una preferencia creciente por las empresas y productos con distintivo medioambiental, rechazando productos o actividades que perjudican el medioambiente. Las empresas son cada vez más conscientes de que "lo verde vende", por ello además de ceñirse al cumplimiento de la legislación, cada vez es mayor el número de ellas que adoptan instrumentos voluntarios de protección del medio ambiente.

### **Certificados de calidad medioambiental**

Se trata de instrumentos para garantizar que el sistema de gestión medioambiental implantado por una empresa es de calidad. Se otorga por instituciones externas y ajenas a la empresa y garantizan que el sistema es correcto y adecuado porque cumple un conjunto de normas e instrucciones.

Se revisa la concesión periódicamente y entre ellos está la certificación ISO 14001 (con especificaciones y directrices para su utilización) y EMAS (que permite a las empresas industriales adherirse voluntariamente y está regulado por el Reglamento Comunitario 1836/93)

Mediante estas certificaciones, la empresa puede demostrar oficialmente, que su trabajo en este campo es serio y no una maniobra de maquillaje de imagen,

mejorando su prestigio y garantizando a sus clientes su nivel de calidad. Mejora igualmente la imagen ante proveedores, administración, etc.

La certificación ISO-14001 es más fácil de obtener, por lo que es la adecuada para la mayoría de empresas en una primera fase.

### **Las etiquetas ecológicas**

Permiten a fabricantes e importadores informar a los clientes y consumidores de que sus productos son respetuosos con el medioambiente. Entre ellas podemos citar la Etiqueta Ecológica de la UE o la Etiqueta AENOR de Gestión Medioambiental.

Forman parte de un SGMA informal, no normalizado; en el que también podríamos incluir programas internos de reducción de desechos o medios no documentados de muchas empresas que gestionan de esta manera su relación con el medioambiente.

## **LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN NUESTRA EMPRESA**

Una vez tengamos implantado el sistema de gestión medioambiental en CASANETA S.C.C.L., si se quiere obtener la certificación conforme a la normativa específica, tendremos que contactar con entidades reconocidas por ENAC (Entidad Nacional de Acreditación).

Solicitaremos el reconocimiento ISO 14001 que deberá realizar una entidad acreditada como pueda ser AENOR. Con carácter previo a esta solicitud, debemos considerar que nuestra empresa CASANETA SCCL, a pesar de ser un pequeño negocio, al utilizar productos de limpieza deberemos tener en cuenta el impacto medioambiental, es recomendable aprovechar las ventajas que nos pueda ofrecer la implantación del SGMA por pequeñas que éstas sean, entre ellas podemos destacar:

- Disminución en los costes generados por el ahorro de energía.
- Mejora de la imagen de la empresa de cara al público, la Administración y al personal de la misma.
- Mejora de la cultura organizacional.
- Cumplimiento con la legislación, evitando ser sancionados.

Al tratarse de una empresa de limpieza tendremos que tener en cuenta la normativa existente en cuanto a los productos que utilizamos: los productos utilizados en el cuidado y mantenimiento de los hogares contienen sustancias y preparados químicos que pueden resultar peligrosos o tóxicos, causando efectos nocivos para la salud humana y para el medio ambiente.

**La clasificación** de estos productos, se efectúa de acuerdo con el RD 255/2003, por el que se regula la clasificación, envasado y etiquetado de preparados peligrosos y por la NTP nº 635 del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (explosivos, comburentes, inflamables, etc.):

- **TOXICOS:** por inhalación, penetración cutánea o ingestión pueden provocar efectos agudos o crónicos, e incluso la muerte. Son tóxicos, por ejemplo: el metanol, el alcohol de quemar, quitamanchas, aerosoles, algunos desinfectantes.
- **NOCIVOS:** por los mismos mecanismos pueden provocar iguales efectos. Se trata por ejemplo de disolventes, productos para la protección de la madera, decapantes, etc.
- **CORROSIVOS:** son los que dañan gravemente los tejidos vivos y otras materias, actuando muchas veces al contacto con el agua. Son por ejemplo los desatascadores de tuberías, desincrustantes, sosa cáustica, limpiadores de hornos y lavabos, productos para lavavajillas (humedecidos), etc.
- **IRRITANTES:** provocan reacciones inflamatorias al contacto con la piel y las mucosas. Se trata de la lejía, trementina, amoníaco, etc.

### **Precauciones que se han de tomar**

Según su grado de peligrosidad se deben tomar las correspondientes precauciones en su almacenaje, manipulación y utilización.

Tanto para los productos tóxicos como nocivos: evitar el contacto con la piel en su manipulado, usando protecciones como guantes y ropa adecuada. Uso de estos productos en lugares aireados; no comer ni fumar durante su utilización. Uso de mascarillas para evitar su inhalación, etc.

Para el uso de productos corrosivos e irritantes: conservarlos en su envase de origen, con los dispositivos de seguridad bien cerrados y almacenarlos en lugares donde no exista riesgo de caídas. Protegerse de salpicaduras con el uso de guantes, gafas y ropa adecuada. Lavado de cara y manos después de su uso. Mantenerlos fuera del alcance de niños, etc.

### **Las actuaciones concretas que nos proponemos**

- Potenciar el uso de productos ecológicos entre nuestros clientes, proveídos por la empresa "Mercedes S.A." con la cual tenemos suscrito un contrato de uso exclusivo de sus productos, los cuales son totalmente ecológicos y por lo tanto no dañan el medio ambiente.
- Minimizar el usos de todos los materiales, tanto los que se utilizan en la limpieza de los hogares como los utilizados dentro de nuestra empresa,

así como el consumo de agua y energía (utilización de bombillas de bajo consumo, dosificadores, grifos de baja presión, papel reciclado, etc).

- Responsabilidad en la utilización y en el reciclaje de los productos después de su uso: en especial los residuos sobrantes de los productos de limpieza, siguiendo los consejos de los proveedores y de la Administración Local (uso de productos ecológicos para el desarrollo de los servicios y su reciclaje en contenedores especiales si se trata de productos químicos, separación de residuos para su recogida, etc.)
- Formación adecuada de todo el personal en cuanto a la manipulación, etiquetaje, envasado, transporte, toxicidad y normativa respecto de los productos que serán utilizados en el trabajo diario. Nos parece de suma importancia este punto, al incidir directamente sobre la salud de nuestros trabajadores además de sobre el medio ambiente. La formación en estas materias evitará posibles costes generados por bajas o accidentes laborales derivados de un mal uso de los productos.
- Obligatoriedad en la protección personal de nuestros trabajadores, mediante el uso de ropa adecuada, guantes, mascarillas y gafas si fuera necesario, previniendo los riesgos derivados de su trabajo.

Por último, debemos indicar que la política medioambiental de CASANETA S.C.C.L., estará incluida dentro del plan estratégico de la empresa y será entendida y mantenida al día además de comunicada a todas las personas que trabajan en la empresa y a disposición del público. Será el fruto de la actuación conjunta de todos sus componentes y no se dejará guiar por la improvisación, ni las decisiones personales inconexas, por el contrario será guía de la empresa en sus actividades, ayuda a los empleados a saber de su trabajo y de lo que se espera de ellos como buenos profesionales, además de asegurar que el entorno de la empresa comprenderá la preocupación de CASANETA SCCL por el medio ambiente.



#### 4.2. FORMAS DE RECLUTAMIENTO

La selección de trabajadores se realiza por medio de anuncios en periódico local, colocación de carteles en la zona de Sants.

***¿SI BUSCAS UN TRABAJO QUE TE PERMITA COMPAGINAR CON TU VIDA FAMILIAR, LO HAS ENCONTRADO!***

***EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN NECESITA: PERSONAL PARA SERVICIOS DE LIMPIEZA, ZONA DE ACTUACIÓN SANTS***

La selección de los trabajadores para los diferentes puestos a cubrir en Casaneta, SCCL ha sido realizada por uno de los socios, Yolanda Rico Bermúdez psicóloga y diplomada en Relaciones Laborales. Para llevar a cabo dicha selección ha mantenido una entrevista personal con cada uno de los candidatos anotando una serie de datos que consideramos imprescindibles como: la disponibilidad horaria actual, y la experiencia en el sector.

Una vez finalizadas todas las entrevistas y en función de las necesidades actuales de la sociedad, las personas elegidas para trabajar en Casaneta, SCCL son las siguientes:

- Eva Estébez del Campo,
- Alex Méndez Campoy,
- Ariadna Gil Carrasco,
- Irene Esteller Santos, Certificado de Educación Secundaria Obligatoria
- Rubén Guerrero Rodríguez, Diplomado en Relaciones laborales
- Ana Ruiz Gallard
- Manolo Prada Valls
- Mónica Viejo Sanz

Para la creación y el mantenimiento de la base de datos de los posibles empleados, la empresa Casaneta SCCL crea una ficha, documento base del potencial de los recursos de la empresa a continuación insertamos modelo de ficha.

En el momento de la entrevista se valora de forma objetiva características del personal, dicha valoración es realizada por medio de cuestionarios psicosociales.

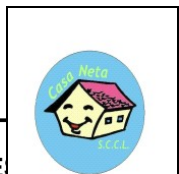


## BASE DE DATOS DE SELECCIÓN

NÚMERO DE  
ENTRADA

<b>NOMBRE</b>							
<b>APELLIDOS</b>							
<b>DIRECCIÓN</b>							
<b>COD. POSTAL</b>							
<b>POBLACIÓN</b>							
<b>TELÉFONO</b>							
<b>MÓVIL</b>							
<b>FECHA DE NACIMIENTO</b>							
<b>ESTADO CIVIL</b>							
<b>ESTUDIOS</b>							
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>							
<b>CARNÉ DE CONDUCIR</b>							
<b>DISPONIBILIDAD HORARIA</b>							
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO

## NOTAS DEL ENTREVISTADOR



	VALOR 4	VALOR 5	VALOR 6	VALOR 7	VALOR 8	VALOR 9	VALOR 10
<b>PRE</b>							
<b>ACTITUD</b>							
<b>COMUNICACIÓN ORAL</b>							
<b>COMUNICACIÓN VERBAL</b>							
<b>PREDISPOSICIÓN</b>							
<b>FORMACIÓN EN MATERIA</b>							
<b>CAPACIDAD</b>							
<b>SENSATEZ</b>							
<b>MADUREZ</b>							
<b>COMPLEXIÓN</b>							

### 4.3. METODOLOGÍA DE LA CONTRATACIÓN

Los contratos de trabajo se han escogido según las necesidades de la empresa y son los que a continuación citamos y justificamos:

**Contrato de Duración determinada:** *"obra y servicio determinado"*.

El motivo por el cual se ha establecido este tipo de contrato es para cubrir los servicios de limpieza de clientes que nos han realizado la demanda de servicios puntuales y acotados en el tiempo, como puede ser la limpieza de una vivienda que ha estado en obras, las tareas a realizar son diversas.

**Contrato eventual por circunstancias de la producción: "a tiempo parcial" y "a tiempo completo"**

Nos encontramos con un grupo de clientes que requiere de nuestros servicios, indicándonos de antemano que dichos servicios serán puntuales, ya que desean iniciar una relación con la empresa Casaneta SCCL sin compromiso de permanencia, les facilitamos por lo tanto un periodo de 6 meses, para su valoración de dicho servicio.

A su vez se realiza a tiempo parcial ya que el cómputo de horas que deberá realizar el trabajador diariamente para dicho servicio es inferior a 40 horas semanales.

**Contrato de interinidad por sustitución**

Uno de nuestros trabajadores causa baja con reserva del puesto de trabajo, esto motiva la sustitución de dicho trabajador con un contrato de interinidad por vacante, pero con reserva del puesto de trabajo.

**Contrato de interinidad por sustitución por riesgo durante el embarazo**

Una de nuestras trabajadoras esta embarazada de 2 meses, y tiene una baja de IT derivado de un problema de matriz baja, el facultativo le indica que el trabajo que realiza es incompatible con su embarazo, con lo que se tramita la suspensión de contrato por riesgo durante el embarazo, resuelto favorablemente por el INSS, esto nos motiva a realizar un contrato de sustitución de dicha trabajadora.

**Contrato Indefinido:** "Transformación de contrato temporal en indefinido con bonificación"

Hemos transformado un contrato temporal en indefinido obteniendo la bonificación que en dicho momento esta legislada.

### **Contrato Para la Formación**

Se aplica un solo contrato de este tipo. Puesto que la empresa necesita una persona de apoyo para el departamento administrativo, se ha pensado en contratar a alguien a quien poder formar adquiriendo así el nivel adecuado. Este es un contrato a jornada en el que como mínimo el 15% de la jornada de esta persona será destinada a formación teórica y el resto a la formación práctica.

### **Contrato en prácticas**

El motivo de su realización es la necesidad de contratar a una persona para la realización de las tareas administrativas laborales, como una de las socias es diplomada en RRLL y tiene experiencia en el ámbito, creemos conveniente contratar un diplomado sin experiencia en RRLL como apoyo, facilitando las prácticas que dicha persona necesita profesionalmente.

### **Contrato indefinido para personas con Discapacidad**

Para el cumplimiento de la ley de integración Social y Laboral de Minusválidos (LISMI) aprobada el 1982, que regula la obligatoriedad de reservar el 2% de su plantilla a trabajadores discapacitados, contratamos 1 trabajador con minusvalía, que realizará las funciones de telefonista.

## **4.4. ASESORES EXTERNOS**

En nuestra empresa el servicio de prevención necesario es contratado a una empresa externa que en este caso será la MUTUA FREMAP, esta se encargará de realizar la evaluación, la valoración de riesgos, la planificación de la prevención, el plan de emergencias y la vigilancia de la salud. También dará la formación a la persona de nuestra empresa que sea la encargada de la prevención.

Por este servicio pagaremos una cuota mensual de 46,40 € mensuales iva incluido.

## 5. PLANES ECONOMICOFINANCIEROS

### 5.1. PLAN DE INVERSIONES

En el plan de inversiones reflejamos el destino de nuestros fondos financieros y, por consiguiente nuestra opción de inversión empresarial para conseguir los recursos necesarios para la realización de nuestra actividad.

Para mantener la filosofía de prudencia del consejo rector de esta sociedad, las inversiones que hemos realizado han sido las mínimas necesarias para la puesta en marcha de nuestra actividad, con la finalidad de no tener que recurrir a un excesivo endeudamiento.

#### **ACTIVO INMOVILIZADO INMATERIAL**

Las partidas que contienen este activo son:

\* **Gastos de constitución:** se incluyen en este apartado los permisos, licencias, altas IAE, formalización de préstamo, asesoramientos, promoción previa de la empresa, etc..... **600 euros.**

\* **Fianzas en depósito:** en nuestro caso se opta por el alquiler de un local al que no se le ha de hacer ninguna reforma, pues está listo para iniciar la actividad y cuyo importe mensual es de 1.300 euros, generando unos gastos previos en concepto de depósito de dicho alquiler de..... **2.600 euros.**

\* **Software informático:** necesario para el control y gestión de nuestra empresa (nóminaplus, contaplus, proserver, gesrrhh, etc).... **2.586,21 euros.**

#### **ACTIVO INMOVILIZADO MATERIAL**

\* **Maquinaria:** hemos efectuado la compra de 3 máquinas "vaporetta" y una pulidora de suelos..... **1.280 euros.**

\* **Mobiliario:** se ha procedido a la compra del siguiente material: 5 mesas de despacho, 7 sillas, 3 armarios oficina, 3 armarios archivadores, 5 lámparas de sobremesa, 1 nevera pequeña..... **3.448,28 euros**

\* **Equipos informáticos:** consistentes en la compra de 4 ordenadores, 2 impresoras y una fotocopiadora..... **7.758,62 euros.**

\* **Transportes:** hemos efectuado la compra de una pequeña furgoneta para el transporte de los productos necesarios para efectuar la limpieza en las casas de nuestros clientes, se trata de un vehículo de segunda mano..... **3.000 euros.**

## 5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Nuestra empresa cuenta con diferentes formas de financiación:

### **FINANCIACIÓN INTERNA**

Los recursos propios de todas las empresas son la fuente de financiación más estable y permanente de la misma, ya que no tienen un vencimiento concreto.

**\*Aportaciones de capital:** En nuestro caso, partimos de un capital social inicial, fruto de las aportaciones de los cuatro socios trabajadores de la cooperativa CASANETA S.C.C.L., los cuales aportan 3.000 euros cada uno de ellos.

**\*Ampliaciones de capital:** se baraja la posibilidad por el consejo rector de utilizar este tipo de financiación en función de las necesidades; la ampliación de capital en las cooperativas puede ser consecuencia de nuevas aportaciones obligatorias a los socios ya existentes, del ingreso de nuevos socios en la cooperativa.

**Autofinanciación:** La forman los recursos que genera la actividad de la propia empresa, los beneficios obtenidos que no se hayan repartido y que han sido utilizados para ampliar o mantener la actividad empresarial.

**\*de mantenimiento:** se trata de las amortizaciones de la empresa, para la adquisición de inmovilizado al finalizar la vida útil del mismo.

**\*de enriquecimiento:** formada por los beneficios obtenidos y no repartidos que se destinan a nuevas inversiones para el crecimiento de la empresa.

Los socios de esta cooperativa cumpliendo con la legislación destinaremos un 30% de los excedentes contabilizados para la determinación del resultado, una vez deducidas las pérdidas y antes del Impuesto de Sociedades, al fondo de reserva obligatorio y el 10% al fondo de educación y promoción de cooperativas.

Del resto de los excedentes obtenidos hemos decidido que durante los primeros 5 años no habrá reparto de beneficios para los socios, sino que incrementarán los fondos propios, en la partida de reserva voluntaria.



## **FINANCIACIÓN EXTERNA**

Préstamo de entidades bancarias:

En función de las necesidades económicas que tenemos consideramos que el microcrédito que ofrece la entidad "La Caixa" se ajusta a nuestras necesidades. El capital que hemos solicitado es de 15.000€ con carencia de 6 meses de amortización sin comisión y a un interés de un 5,5%, amortizable en un periodo de cuatro años.

La elección de dicho préstamo es derivada de que se ajusta a nuestras necesidades, la carencia de los 6 primeros meses nos da una cierta tranquilidad económica y la cuota mensual es asumible.

En este apartado señalamos que hemos obtenido diferentes subvenciones de los organismos oficiales que a continuación se detallan:

### **PROGRAMA DE FOMENTO DE LA ECONOMÍA COOPERATIVA:**

Subvenciones cooperativas

- Ayuda a la incorporación de socios, desocupados. 7.000€ por socio, tenemos un total de dos socios con dichas características.
- Ayuda para la inversión, hasta el 50% del capital destinado a inversiones en inmovilizado material e inmaterial para iniciar o ampliar la actividad. 9.036€

**PROGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE TRABAJO:** Subvención por trabajador minusválido. 3.000€.



Características del préstamo:

**Microcrédito Social**

Importe 15.000,00€ tipo interes 5,50% plazo 4 años , sin comisiones.

6 meses de carencia de amortización.

PER.	CAP. VIVO	INTERES	AMORT.	CUOTA	C. AMORT.	C.VIVO FIN.
1	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
2	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
3	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
4	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
5	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
6	15.000,00	68,75	0,00	68,75	0,00	15.000,00
7	15.000,00	68,75	324,68	393,43	324,68	14.675,32
8	14.675,32	67,26	326,17	393,43	650,85	14.349,15
9	14.349,15	65,77	327,67	393,43	978,52	14.021,48
10	14.021,48	64,27	329,17	393,43	1.307,69	13.692,31
11	13.692,31	62,76	330,68	393,43	1.638,36	13.361,64
12	13.361,64	61,24	332,19	393,43	1.970,55	13.029,45
13	13.029,45	59,72	333,71	393,43	2.304,27	12.695,73
14	12.695,73	58,19	335,24	393,43	2.639,51	12.360,49
15	12.360,49	56,65	336,78	393,43	2.976,29	12.023,71
16	12.023,71	55,11	338,32	393,43	3.314,62	11.685,38
17	11.685,38	53,56	339,87	393,43	3.654,49	11.345,51
18	11.345,51	52,00	341,43	393,43	3.995,92	11.004,08
19	11.004,08	50,44	343,00	393,43	4.338,92	10.661,08
20	10.661,08	48,86	344,57	393,43	4.683,49	10.316,51
21	10.316,51	47,28	346,15	393,43	5.029,64	9.970,36
22	9.970,36	45,70	347,74	393,43	5.377,37	9.622,63
23	9.622,63	44,10	349,33	393,43	5.726,70	9.273,30
24	9.273,30	42,50	350,93	393,43	6.077,63	8.922,37
25	8.922,37	40,89	352,54	393,43	6.430,17	8.569,83
26	8.569,83	39,28	354,15	393,43	6.784,33	8.215,67
27	8.215,67	37,66	355,78	393,43	7.140,10	7.859,90
28	7.859,90	36,02	357,41	393,43	7.497,51	7.502,49
29	7.502,49	34,39	359,05	393,43	7.856,56	7.143,44
30	7.143,44	32,74	360,69	393,43	8.217,25	6.782,75
31	6.782,75	31,09	362,35	393,43	8.579,60	6.420,40
32	6.420,40	29,43	364,01	393,43	8.943,60	6.056,40
33	6.056,40	27,76	365,67	393,43	9.309,27	5.690,73
34	5.690,73	26,08	367,35	393,43	9.676,63	5.323,37
35	5.323,37	24,40	369,03	393,43	10.045,66	4.954,34
36	4.954,34	22,71	370,73	393,43	10.416,38	4.583,62
37	4.583,62	21,01	372,42	393,43	10.788,81	4.211,19
38	4.211,19	19,30	374,13	393,43	11.162,94	3.837,06
39	3.837,06	17,59	375,85	393,43	11.538,79	3.461,21
40	3.461,21	15,86	377,57	393,43	11.916,35	3.083,65
41	3.083,65	14,13	379,30	393,43	12.295,65	2.704,35
42	2.704,35	12,39	381,04	393,43	12.676,69	2.323,31
43	2.323,31	10,65	382,78	393,43	13.059,48	1.940,52
44	1.940,52	8,89	384,54	393,43	13.444,01	1.555,99
45	1.555,99	7,13	386,30	393,43	13.830,32	1.169,68
46	1.169,68	5,36	388,07	393,43	14.218,39	781,61
47	781,61	3,58	389,85	393,43	14.608,24	391,76
48	391,76	1,80	391,64	393,43	14.999,87	0,13

### 5.3. POLÍTICAS DE COBRO Y PAGO

Las relaciones con los clientes y proveedores en cuanto a las políticas de cobros y pagos es un aspecto fundamental para garantizar la buena marcha de la empresa, por lo que de su óptima gestión depende la solvencia y el crédito de la empresa.

Sin embargo, en múltiples ocasiones, los instrumentos a través de los que se canalizan los cobros y los pagos no son los más adecuados, bien por su coste, agilidad o tramitación administrativa por lo que organizar adecuadamente este apartado de la gestión financiera es vital.

#### **COBRO DE LOS CLIENTES:**

Cualquier empresa, especialmente las pequeñas, asumen riesgos desde el punto de vista de sus recursos financieros. Se pueden producir situaciones de impago de clientes y también cobros a término: se plantea un problema para la empresa, ya que necesita dinero para sustituir el cobro de los clientes mientras éste no se produzca o se alarga más de lo previsto. Estas situaciones tienen graves repercusiones en la competitividad de la empresa: falta de liquidez y fuerte presión sobre el cash flow.

Una de las herramientas con las que cuentan las empresas para protegerse de la insolvencia de sus clientes, es:

\* **FACTORING:** se trata de un instrumento financiero mediante el que la empresa a través de un contrato, cede a una entidad financiera (factor) todos los derechos derivados de una operación de venta y su correspondiente cobro. La entidad se encarga de cobrar las facturas, recibos, letras pendientes y las abona en la cuenta de la empresa a cambio de una comisión. Según el tipo de contrato, puede incluso asumir el riesgo de impago del cliente.

#### **Ventajas:**

- Menos preocupaciones para la empresa y tiempo para centrarse en la actividad principal.
- Ahorro de dinero en medios materiales y humanos al externalizar el departamento de cobros.
- Reducción de esfuerzos para el directivo en supervisar y dirigir la contabilidad.
- Seguridad en el cobro : el "factor" puede asumir el riesgo de insolvencia, permitiendo el cobro del 100% el total de la deuda.
- Mejora de la planificación de la tesorería a corto y medio plazo, gracias a la protección ante la insolvencia.

- Financiación y liquidez inmediata: el "factor" puede anticipar a la empresa el importe de las facturas cedidas y pendientes de cobro antes de su vencimiento a cambio de un interés.

### **Inconvenientes:**

- Alto coste: tipo de interés mayor que el descuento comercial convencional.
- Excluye las operaciones a largo plazo (más de 180 días).
- El "factor" puede no aceptar algunas facturas de la empresa, en función de la evaluación de riesgo de los clientes, no asume la gestión de cobro.

La gestión del cobro a clientes en nuestra empresa **CASANETA S.C.C.L.** se efectuará dependiendo del tipo de clientes con el que contamos:

- Servicios efectuados al Ajuntament de Barcelona concertados mediante concurso de adjudicación: cobro mediante emisión de factura y en el plazo de 90 días desde su fecha.
- 
- Servicios en domicilios particulares:
  - o Esporádicos (1-2 servicios/mes): al contado.
  - o Fijos (1-2 servicios/semana): recibo bancario mediante transferencia los días 30 de cada mes.
- Servicios específicos: a la terminación del mismo, mediante emisión de factura y pago al contado.

Únicamente los servicios efectuados en los domicilios concertados a través del Ajuntament de Barcelona, de cuyo pago se responsabiliza dicha Administración, quedarán pendientes de cobro durante 90 días, que es el plazo de pago previsto en las bases del concurso de adjudicación del servicio de que hemos sido adjudicatarios.

Esta previsión efectuada en la política de cobros, nos permite asegurar el cobro de nuestros clientes de forma casi instantánea, corriendo un riesgo mínimo en caso de impago o morosidad, al quedar aplazadas únicamente las operaciones correspondientes al mes en curso en que se emite el recibo bancario.

En caso impago de varios recibos de nuestros clientes, que pudiera dar lugar a una situación de riesgo dentro de nuestra tesorería y que no se pudiera hacer frente a los pagos, concertaremos con "La Caixa", entidad en la cual tenemos nuestra cuenta corriente, préstamo y hacemos nuestras operaciones bancarias, un contrato de "factoring", y las condiciones que nos ofrecen son:

NO CUBRE INSOLVENCIA DEL DEUDOR	CUBRE INSOLVENCIA DEUDOR	GASTOS
<p>A. Hasta 90 días desde la fecha de cesión: <b>1% nominal.</b></p> <p>B. A partir de 90 días, <b>0,35%</b> por cada 30 días o fracción.</p>	<p>A. Hasta 90 días desde la cesión: <b>2,25% nominal</b></p> <p>B. A partir 90 días: <b>0,75%</b> por cada 30 días/fracción</p>	<p>A. Mínimo <b>3,61 euros</b> por documento</p> <p>B. Comisión estudio entre <b>24,04 y 120 euros</b> un pago según importe de las cuentas cedidas.</p>

### **PAGO A PROVEEDORES:**

En cuanto a este punto, hemos contactado con las empresas más importantes que nos ofrecen productos para nuestros servicios, principalmente con las que cuentan con una gama de productos respetuosos con el medioambiente.

A través del contrato firmado con la empresa "Mercedes, S.A." nos comprometemos al uso exclusivo de sus productos, los cuales cuentan con los requerimientos adecuados por su calidad y precio a cambio de la publicidad que efectuamos de su marca comercial en nuestros recibos y facturas, recibiendo a cambio una cantidad anual en concepto de esponsorización.

El compromiso de pago acordado con este proveedor es mensual, de las facturas emitidas a mes vencido y con un descuento comercial por pronto pago de un 2%.

Con respecto de los restantes acreedores de CASANETA, S.C.C.L. (empresas de suministros, arrendamiento, salarios, publicidad, etc) haremos el pago mensual, aunque en algunos casos, dependiendo de los suministros será bimensual; en este caso igualmente se hace la previsión cada mes.

Además de esta forma de pago que hemos concertado, hemos de señalar que en el mercado existen otras fórmulas de pago a proveedores que en función de las necesidades de la empresa se podrían utilizar.

\* **CONFIRMIG:** se trata de un instrumento financiero por el que una empresa cede a una entidad financiera todos los derechos derivados de una operación de compra y su correspondiente pago al proveedor. A través de un contrato la entidad se encarga de pagar los pagarés, cheques, letras... pendientes a cambio de una comisión.

Es útil para empresas que tengan los proveedores diversificados, un sistema de pagos complejo y también para alargar el pago pero mejorando las condiciones de compra.

Una vez que la empresa recibe la factura, informa a la entidad sobre las condiciones e importes a pagar al proveedor; ésta notifica al proveedor la existencia de la factura, el coste de anticipar el cobro antes del vencimiento y las condiciones.

### **Ventajas:**

- Refuerza la relación de la empresa con los proveedores: su imagen mejora al estar siempre al corriente de los pagos y además está avalada por la entidad.
- Aumenta la capacidad de negociación con el proveedor: la liquidez inmediata ayuda a pactar mejores precios, descuentos, etc.
- Ahorro en gastos bancarios, gastos de personal administrativo.
- Ayuda a planificar, unificando el sistema y flujo de pagos a los proveedores, controlando mejor la tesorería.

### **Inconvenientes:**

- Gastos elevados en relación a otros instrumentos financieros.
- Limitación en el control de los plazos de pagos.

#### 5.4. PLAN FISCAL Y CONTABLE

##### **ASIENTO DE APERTURA**

600,00	(200) Gastos de Constitución		
2.586,21	(210) Software informático		
1.280,00	(223) Maquinaria		
3.448,28	(226) Mobiliario		
7.758,62	(227) Equipos Informáticos		
2.600,00	(260) Deposito fianza		
3.000,00	(228) Transportes		
2.411,70	(472) HP IVA soportado 16%		
3.315,19	(570) Tesorería		
		Capital Social (100)	12.000,00
		Deudas a largo Plazo (170)	13.029,45
		Deudas a corto Plazo (520)	1.970,55

## ENERO

21.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	24.137,93
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	3.862,07
3.100,00	(570) Tesorería	a	Esponsor	(778)	3.100,00
950,00	(600) Compra de mercaderías	a			
152,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	1.102,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
800,00	(629) Material de Oficina				
128,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	928,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
18.400,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.520,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	6.688,40
			HP IRPF practicadas	(475)	1.288,00
			Tesorería	(570)	15.943,60
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	315,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	68,75
90,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	90,00
200,00	(625) Seguro del Vehículo	a	Tesorería	(570)	200,00
500,00	(625) Póliza Seguro Resp. Civil	a	Tesorería	(570)	500,00
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40



## FEBRERO

22.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	25.000,00
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	4.000,00
300,00	(600) Compra de mercaderías		a		
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
18.400,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.520,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	6.688,40
			HP IRPF practicadas	(475)	1.288,00
			Tesorería	(570)	15.943,60
258,62	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
41,38	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	300,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	68,75
6.688,40	(476) S.S. Acreedora Enero	a	Tesorería	(570)	6.688,40
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
3.000,00	(570) Tesorería	a	Subv. Contr. Discapacitado	(740)	3.000,00
85,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	85,00
1.102,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	1.102,00

## MARZO

26.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	28.448,28
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	4.551,72
300,00	(600) Compra de mercaderías		a		
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
	M		HP IRPF practicadas	(475)	195,00
19.209,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.763,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	6.982,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.537,00
			Tesorería	(570)	16.453,00
215,52	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
34,48	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	250,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	68,75
6.688,40	(476) S.S. Acreedora Febrero	a	Tesorería	(570)	6.688,40
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	348,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
12.413,79	(477) HP IVA repercutido		HP IVA soportado	(472)	3.622,21
			H. P. acreedora por IVA	(470)	8.791,59
	<b>Liquidación IVA 1 Trimestre</b>				

**ABRIL**

25.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	27.586,21
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	4.413,79
300,00	(600) Compra de mercaderías		a		
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
19.209,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.763,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	6.982,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.537,00
			Tesorería	(570)	16.453,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	315,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	68,75
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	348,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
120,00	(630) Impuesto Vehículo trac. mecánica	a	Tesorería	(570)	120,00
8.791,59	(470) H.P. acreedora por IVA	a	Tesorería	(570)	8.791,59
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
6.982,00	(476) S. Social Acreedora Marzo	a	Tesorería	(570)	6.982,00
4.698,00	(475) HP por IRPF	a	Tesorería	(570)	4.698,00
<b>Liquidación IRPF 1 Trimestre</b>					

**MAYO**

27.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	29.310,34
-----------	-----------------	---	--------	-------	-----------

7.000,00	(430) Clientes	HP IVA repercutido 16%	(477)	4.689,66
689,66	(600) Compra de mercaderías	a		
110,34	(472) HP IVA soportado 16%	a	proveedores (400)	800,00
150,00	(627) Publicidad			
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento			
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas (475)	195,00
19.209,00	(640) Sueldos y Salarios			
5.763,00	(642) S.S. Empresarial	a	S.S. Acreedora (476)	6.982,00
			HP IRPF practicadas (475)	1.537,00
			Tesorería (570)	16.453,00
15.000,00	(228) Transporte			
2.400,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Acreedor (410)	17.400,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono			
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	315,00
14.000,00	(570) Tesorería	a	Subvención Socio cooperativa (740)	14.000,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo			
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería (570)	68,75
40,00	(620) Asesor PRL			
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería (570)	348,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería (570)	95,00
300,00	(630) Impuesto VADO	a	Tesorería (570)	300,00
600,00	(625) Seguro del Vehículo	a	Tesorería (570)	600,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes (431)	7.000,00
6.982,00	(476) S. Social Acreedora Abril	a	Tesorería (570)	6.982,00

## JUNIO

27.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas (700)	29.310,34
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16% (477)	4.689,66

344,83	(600) Compra de mercaderías	a			
55,17	(472) HP IVA soportado 16%	a	proveedores	(400)	400,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
19.209,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.763,00	(642) S.S. Empresarial	a	S.S. Acreedora	(476)	6.982,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.537,00
			Tesorería	(570)	16.453,00
267,24	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
42,76	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	310,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
0,00	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	68,75
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
17.400,00	(410) Acreedor	a	Tesorería	(570)	17.400,00
800,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	800,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
6.982,00	(476) S. Social Acreedora Mayo	a	Tesorería	(570)	6.982,00
13.793,10	(477) HP IVA repercutido	a	HP IVA soportado	(472)	3.458,38
			H. P. acreedora por IVA	(470)	10.334,73
<b>Liquidación IVA 2º Trimestre</b>					

## JULIO

31.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	32.758,62
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	5.241,38

300,00	(600) Compra de mercaderías	a			
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
	HP IRPF practicadas			(475)	195,00
21.210,00	(640) Sueldos y Salarios				
6.368,00	(642) S.S. Empresarial				
	a		S.S. Acreedora	(476)	7.716,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.697,00
			Tesorería	(570)	18.165,00
262,93	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
42,07	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	305,00
68,75	(663) Intereses deudas a corto plazo				
324,68	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
400,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	400,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
10.334,73	(470) H. P. acreedora por IVA	a	Tesorería	(570)	10.334,73
9.036,00	(570) Tesorería	a	Subv. directa para inversión Coop.	(740)	9.036,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
6.982,00	(476) S. Social Acreedora Junio	a	Tesorería	(570)	6.982,00
5.196,00	(475) HP por Retenciones	a	Tesorería	(570)	5.196,00
<b>Liquidación IRPF 2 Trimestre</b>					

## AGOSTO

22.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	25.000,00
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	4.000,00
300,00	(600) Compra de mercaderías	a			
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00

150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
19.209,00	(640) Sueldos y Salarios				
5.763,00	(642) S.S. Empresarial	a	S.S. Acreedora	(476)	6.982,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.537,00
			Tesorería	(570)	16.453,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	315,00
67,26	(663) Intereses deudas a corto plazo				
326,17	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
45,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	45,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	348,00
7.716,00	(476) S. Social Acreedora Julio	a	Tesorería	(570)	7.716,00

## SEPTIEMBRE

31.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	32.758,62
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	5.241,38
517,24	(600) Compra de mercaderías	a			
82,76	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	600,00
150,00	(627) Publicidad				

24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
21.210,00	(640) Sueldos y Salarios				
6.368,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	7.716,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.697,00
			Tesorería	(570)	18.165,00
172,41	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
27,59	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	200,00
65,77	(663) Intereses deudas a corto plazo				
327,67	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	348,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
6.982,00	(476) S. Social Acreedora Agosto	a	Tesorería	(570)	6.982,00
14.482,76	(477) HP IVA repercutido	a	HP IVA soportado	(472)	1.007,06
			HP acreedora por IVA	(470)	13.475,70
<b>LIQUIDACIÓN IVA 3er. Trimestre</b>					

## OCTUBRE

28.745,26	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	30.814,88
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	4.930,38
300,00	(600) Compra de mercaderías	a			
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00



1.300,00	(621) Arrendamiento				
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas	(475)	195,00
21.210,00	(640) Sueldos y Salarios				
6.368,00	(642) S.S. Empresarial				
		a	S.S. Acreedora	(476)	7.716,00
			HP IRPF practicadas	(475)	1.697,00
			Tesorería	(570)	18.165,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono				
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	315,00
64,27	(663) Intereses deudas a corto plazo				
329,17	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería	(570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL				
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	46,40
600,00	(400) Proveedores	a	Tesorería	(570)	600,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería	(570)	95,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes	(431)	7.000,00
7.716,00	(476) Seg. Social Acreedora Septiembre	a	Tesorería	(570)	7.716,00
5.516,00	(475) HP retenciones	a	Tesorería	(570)	5.516,00
	<b>Liquidación IRPF 3er. Trimestre</b>				
13.475,70	(470) HP acreedora por IVA	a	Tesorería	(570)	13.475,70

## NOVIEMBRE

36.254,74	(570) Tesorería	a	Ventas	(700)	37.288,57
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16%	(477)	5.966,17
300,00	(600) Compra de mercaderías		a		
48,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores	(400)	348,00
150,00	(627) Publicidad				
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería	(570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento				

208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	1.313,00
			HP IRPF practicadas (475)	195,00
21.210,00	(640) Sueldos y Salarios			
6.368,00	(642) S.S. Empresarial			
		a	S.S. Acreedora (476)	7.716,00
			HP IRPF practicadas (475)	1.697,00
			Tesorería (570)	18.165,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono			
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	315,00
62,76	(663) Intereses deudas a corto plazo			
330,68	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería (570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL			
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería (570)	348,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes (431)	7.000,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería (570)	95,00
7.716,00	(476) Seg. Social Acreedora Octubre	a	Tesorería (570)	7.716,00

## DICIEMBRE

28.000,00	(570) Tesorería	a	Ventas (700)	30.172,41
7.000,00	(430) Clientes		HP IVA repercutido 16% (477)	4.827,59
517,24	(600) Compra de mercaderías	a		
82,76	(472) HP IVA soportado 16%	a	Proveedores (400)	600,00
150,00	(627) Publicidad			
24,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	174,00
1.300,00	(621) Arrendamiento			
208,00	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	1.313,00

		HP IRPF practicadas	(475)	195,00
21.210,00	(640) Sueldos y Salarios			
6.368,00	(642) S.S. Empresarial			
	a	S.S. Acreedora	(476)	7.716,00
		HP IRPF practicadas	(475)	1.697,00
		Tesorería	(570)	18.165,00
271,55	(628) Suministros Electricidad, Agua, Teléfono			
43,45	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	315,00
61,24	(663) Intereses deudas a corto plazo			
332,19	(526) Deudas a corto plazo	a	Tesorería (570)	393,43
40,00	(620) Asesor PRL			
6,40	(472) HP IVA soportado 16%	a	Tesorería (570)	46,40
348,00	(400) Proveedores	a	Tesorería (570)	348,00
95,00	(629) Otros gastos	a	Tesorería (570)	95,00
7.000,00	(570) Tesorería	a	Clientes (431)	7.000,00
7.716,00	(476) Seg. Social Acreedora Noviembre	a	Tesorería (570)	7.716,00
15.724,14	(477) HP IVA repercutido			
	a	HP IVA soportado	(472)	1.024,31
		HP Acreedora	(475)	14.699,83

## ASIENTO DE AMORTIZACIONES

120,00	(681) Dotación amortz. Inm Inm. Gastos de Establecimiento			
	a	Amort. Acum. Inm. Inm. G. Estableci.	(200)	120,00
	<b>Amortización inmovilizado Inmaterial Gtos. Constitución</b>			
1.551,72	(682) Dotación amortz. material Equipos informáticos			
	a	Amort. Acum. Mater. Equipos informáticos	(227)	1.551,72
	<b>Amortización inmovilizado material de Equipos informáticos</b>			
344,83	(682) Dotación amortz. material mobiliario			
	a	Amort. Acum. Mater. Mobiliario	(226)	

	<b>Amortización inmovilizado material de Mobiliario</b>		344,83
2.600,00	(682) Dotación amortz. material transporte a Amort. Acum. Mater. Transporte (228)		2.600,00
	<b>Amortización inmovilizado material de Transporte</b>		
256,00	(682) Dotación amortz. material Maquinaria a Amort. Acum. Mater. Maquinaria (223)		256,00
	<b>Amortización inmovilizado material de Maquinaria</b>		
517,24	(681) Dotación amortz. Inm Inm. Software a Amort. Acum. Inm. Inm. Software (210)		517,24
	<b>Amortización inmovilizado Inmaterial software</b>		

## ASIENTO DE REGULARIZACIONES

4.107,08	(170) Deudas a largo plazo	a	Deudas a corto plazo (526)	4.107,08
----------	----------------------------	---	----------------------------	----------

## ELABORACIÓN DEL PLAN DE TESORERIA

MES	CONCEPTO	DEBE	HABER	SALDO
	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>3.315,19</b>		<b>3315,19</b>
ENERO	Ventas	21.000,00		<b>24315,19</b>
ENERO	Sponsor	3.100,00		<b>27415,19</b>
ENERO	Publicidad		174,00	<b>27241,19</b>
ENERO	Material Oficina		928,00	<b>26313,19</b>
ENERO	Alquiler		1.313,00	<b>25000,19</b>
ENERO	Nóminas		15.943,60	<b>9056,59</b>

ENERO	suministro		315,00	<b>8741,59</b>
ENERO	Préstamo		68,75	<b>8672,84</b>
ENERO	Otros Gastos		90,00	<b>8582,84</b>
ENERO	Seguro Vehículo		200,00	<b>8382,84</b>
ENERO	Póliza negocio		500,00	<b>7882,84</b>
ENERO	asesor PRL		46,40	<b>7836,44</b>
	<b>SALDO FINAL DE ENERO</b>			<b>7836,44</b>
FEBRERO	Ventas	22.000,00		<b>29836,44</b>
FEBRERO	Compras		1102,00	<b>28734,44</b>
FEBRERO	Publicidad		174,00	<b>28560,44</b>
FEBRERO	Alquiler		1.313,00	<b>27247,44</b>
FEBRERO	Nóminas		15.943,60	<b>11303,84</b>
FEBRERO	suministro		300,00	<b>11003,84</b>
FEBRERO	Préstamo		68,75	<b>10935,09</b>
FEBRERO	asesor PRL		46,40	<b>10888,69</b>
FEBRERO	Otros Gastos		85,00	<b>10803,69</b>
FEBRERO	Subv. por contratación Discapacitado	3000,00		<b>13803,69</b>
FEBRERO	Seguridad Social		6.688,40	<b>7115,29</b>
	<b>SALDO FINAL DE FEBRERO</b>			<b>7115,29</b>
MARZO	Ventas	26.000,00		<b>33115,29</b>
MARZO	Compras		348,00	<b>32767,29</b>
MARZO	Publicidad		174,00	<b>32593,29</b>
MARZO	Alquiler		1.313,00	<b>31280,29</b>
MARZO	suministro		250,00	<b>31030,29</b>
MARZO	Nóminas		16.453,00	<b>14577,29</b>
MARZO	Préstamo		68,75	<b>14508,54</b>
MARZO	Seguridad Social		6.688,40	<b>7820,14</b>
MARZO	Otros Gastos		95,00	<b>7725,14</b>
MARZO	asesor PRL		46,40	<b>7678,74</b>
	<b>SALDO FINAL DE MARZO</b>			<b>7678,74</b>
ABRIL	Ventas	25.000,00		<b>32678,74</b>
ABRIL	Compras		348,00	<b>32330,74</b>
ABRIL	Publicidad		174,00	<b>32156,74</b>
ABRIL	Alquiler		1.313,00	<b>30843,74</b>
ABRIL	suministro		315,00	<b>30528,74</b>
ABRIL	Nóminas		16.453,00	<b>14075,74</b>
ABRIL	Préstamo		68,75	<b>14006,99</b>
ABRIL	asesor PRL		46,40	<b>13960,59</b>
ABRIL	Otros Gastos		95,00	<b>13865,59</b>
ABRIL	impuesto vehículo		120,00	<b>13745,59</b>
ABRIL	Clientes	7.000,00		<b>20745,59</b>
ABRIL	Seguridad Social		6.982,00	<b>13763,59</b>
ABRIL	MOD RETENCIONES		4.698,00	<b>9065,59</b>
ABRIL	Mod H.P. IVA		8.791,59	<b>274,00</b>

	<b>SALDO FINAL DE ABRIL</b>			<b>274,00</b>
MAYO	Ventas	27.000,00		<b>27274,00</b>
MAYO	Compras		348,00	<b>26926,00</b>
MAYO	Publicidad		174,00	<b>26752,00</b>
MAYO	Alquiler		1.313,00	<b>25439,00</b>
MAYO	suministro		315,00	<b>25124,00</b>
MAYO	Nóminas		16.453,00	<b>8671,00</b>
MAYO	Préstamo		68,75	<b>8602,25</b>
MAYO	asesor PRL		46,40	<b>8555,85</b>
MAYO	Otros Gastos		95,00	<b>8460,85</b>
MAYO	IMPUESTO VADO		300,00	<b>8160,85</b>
MAYO	Seguro Vehículo		600,00	<b>7560,85</b>
MAYO	Clientes	7.000,00		<b>14560,85</b>
MAYO	Seguridad Social		6.982,00	<b>7578,85</b>
MAYO	Subvención	14.000,00		<b>21578,85</b>
	<b>SALDO FINAL MAYO</b>			<b>21578,85</b>
JUNIO	Ventas	27.000,00		<b>48578,85</b>
JUNIO	Compras		800,00	<b>47778,85</b>
JUNIO	Publicidad		174,00	<b>47604,85</b>
JUNIO	Alquiler		1.313,00	<b>46291,85</b>
JUNIO	suministro		310,00	<b>45981,85</b>
JUNIO	Nóminas		16.453,00	<b>29528,85</b>
JUNIO	Préstamo		68,75	<b>29460,10</b>
JUNIO	asesor PRL		46,40	<b>29413,70</b>
JUNIO	Otros Gastos		95,00	<b>29318,70</b>
JUNIO	Clientes	7.000,00		<b>36318,70</b>
junio	Acreedores		17.400,00	<b>18918,70</b>
JUNIO	Seguridad Social		6.982,00	<b>11936,70</b>
	<b>SALDO FINAL DE JUNIO</b>			<b>11936,70</b>
JULIO	Ventas	31.000,00		<b>42936,70</b>
JULIO	Compras		400,00	<b>42536,70</b>
JULIO	Publicidad		174,00	<b>42362,70</b>
JULIO	Alquiler		1.313,00	<b>41049,70</b>
JULIO	suministro		305,00	<b>40744,70</b>
JULIO	Nóminas		18.165,00	<b>22579,70</b>
JULIO	Préstamo		393,43	<b>22186,27</b>
JULIO	asesor PRL		46,40	<b>22139,87</b>
JULIO	Otros Gastos		95,00	<b>22044,87</b>
JULIO	Mod. H.P IVA		10.334,73	<b>11710,14</b>
JULIO	Subvención directa para inversión Coop	9036,00		<b>20746,14</b>
JULIO	Clientes	7.000,00		<b>27746,14</b>
JULIO	Seguridad Social		6.982,00	<b>20764,14</b>
JULIO	MOD RETENCIONES		5.196,00	<b>15568,14</b>
	<b>SALDO FINAL DE JULIO</b>			<b>15568,14</b>

AGOSTO	Ventas	22.000,00		<b>37568,14</b>
AGOSTO	Compras		348,00	<b>37220,14</b>
AGOSTO	Publicidad		174,00	<b>37046,14</b>
AGOSTO	Alquiler		1.313,00	<b>35733,14</b>
AGOSTO	suministro		315,00	<b>35418,14</b>
AGOSTO	Nóminas		16.453,00	<b>18965,14</b>
AGOSTO	Préstamo		393,43	<b>18571,71</b>
AGOSTO	asesor PRL		46,40	<b>18525,31</b>
AGOSTO	Otros Gastos		45,00	<b>18480,31</b>
AGOSTO	Clientes	7.000,00		<b>25480,31</b>
AGOSTO	Seguridad Social		7.716,00	<b>17764,31</b>
	<b>SALDO FINAL DE AGOSTO</b>			<b>17764,31</b>
SEPBRE	Ventas	31.000,00		<b>48764,31</b>
SEPBRE	Compras		348,00	<b>48416,31</b>
SEPBRE	Publicidad		174,00	<b>48242,31</b>
SEPBRE	Alquiler		1.313,00	<b>46929,31</b>
SEPBRE	suministro		200,00	<b>46729,31</b>
SEPBRE	Nóminas		18.165,00	<b>28564,31</b>
SEPBRE	Préstamo		393,43	<b>28170,88</b>
SEPBRE	asesor PRL		46,40	<b>28124,48</b>
SEPBRE	Otros Gastos		95,00	<b>28029,48</b>
SEPBRE	Clientes	7.000,00		<b>35029,48</b>
SEPBRE	Seguridad Social		6.982,00	<b>28047,48</b>
	<b>SALDO FINAL DE SEPTIEMBRE</b>			<b>28047,48</b>
OCTUBRE	Ventas	33.000,00		<b>61047,48</b>
OCTUBRE	Compras		600,00	<b>60447,48</b>
OCTUBRE	Publicidad		174,00	<b>60273,48</b>
OCTUBRE	Alquiler		1.313,00	<b>58960,48</b>
OCTUBRE	suministro		315,00	<b>58645,48</b>
OCTUBRE	Nóminas		18.165,00	<b>40480,48</b>
OCTUBRE	Préstamo		393,43	<b>40087,05</b>
OCTUBRE	asesor PRL		46,40	<b>40040,65</b>
OCTUBRE	Otros Gastos		95,00	<b>39945,65</b>
OCTUBRE	Seguridad Social		7.716,00	<b>32229,65</b>
OCTUBRE	MOD RETENCIONES		5.516,00	<b>26713,65</b>
OCTUBRE	Clientes	7.000,00		<b>33713,65</b>
OCTUBRE	Mod HP IVA		13.475,69	<b>20237,95</b>
	<b>SALDO FINAL DE OCTUBRE</b>			<b>20237,95</b>
NOVIEMBRE	Ventas	32.000,00		<b>52237,95</b>
NOVIEMBRE	Compras		348,00	<b>51889,95</b>
NOVIEMBRE	Publicidad		174,00	<b>51715,95</b>
NOVIEMBRE	Alquiler		1.313,00	<b>50402,95</b>
NOVIEMBRE	suministro		315,00	<b>50087,95</b>
NOVIEMBRE	Nóminas		18.165,00	<b>31922,95</b>

NOVIEMBRE	Préstamo		393,43	<b>31529,52</b>
NOVIEMBRE	asesor PRL		46,40	<b>31483,12</b>
NOVIEMBRE	Clientes	7.000,00		<b>38483,12</b>
NOVIEMBRE	Otros Gastos		95,00	<b>38388,12</b>
NOVIEMBRE	Seguridad Social		7.716,00	<b>30672,12</b>
	<b>SALDO FINAL DE NOVIEMBRE</b>			<b>30672,12</b>
DICIEMBRE	Ventas	28.000,00		<b>58672,12</b>
DICIEMBRE	Compras		348,00	<b>58324,12</b>
DICIEMBRE	Publicidad		174,00	<b>58150,12</b>
DICIEMBRE	Alquiler		1.313,00	<b>56837,12</b>
DICIEMBRE	suministro		315,00	<b>56522,12</b>
DICIEMBRE	Nóminas		18.165,00	<b>38357,12</b>
DICIEMBRE	Préstamo		393,43	<b>37963,69</b>
DICIEMBRE	asesor PRL		46,40	<b>37917,29</b>
DICIEMBRE	Clientes	7.000,00		<b>44917,29</b>
DICIEMBRE	Otros Gastos		95,00	<b>44822,29</b>
DICIEMBRE	Seguridad Social		7.716,00	<b>37106,29</b>
	<b>SALDO FINAL DE DICIEMBRE</b>			<b>37106,29</b>

## **PLAN DE TESORERIA**

	COBROS	PAGOS
<i>Tesorería inicial</i>	3.315,19	
Enero	24.100,00	19.000,00
Febrero	25.000,00	20.000,00
Marzo	26.000,00	21.000,00
Abril	32.000,00	30.000,00
Mayo	48.000,00	20.000,00
Junio	34.000,00	40.000,00
Julio	47.036,00	40.000,00
Agosto	29.000,00	20.000,00
Septiembre	38.000,00	20.000,00
Octubre	40.000,00	40.000,00
Noviembre	39.000,00	20.000,00
Diciembre	35.000,00	20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>420.451,19</b>	<b>380.000,00</b>

<b><i>Tesorería final</i></b>	<b>37.106,29</b>
-------------------------------	------------------



## ASIENTO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Asiento de regularización de final de año 31/12/2007

352.586,21	Ventas	
3.100,00	Sponsor	
14.000,00	Subvención	
3.000,00	Subvención por contratación discapacitados	
9.036,00	Subvención directa para invers. coop	
	a	
	Compras	5.118,97
	Publicidad	1.800,00
	Material oficina	800,00
	Suministros	3.077,58
	Arrendamiento	15.600,00
	Sueldos y Salarios	238.895,00
	S. Social Empresarial	71.695,00
	Otros Gastos	1.075,00
	Seguros	1.300,00
	Asesor PRL	480,00
	impuestos	420,00
	Dot. Amortización G. Constituc.	120,00
	Dot. Amortización Inmaterial	517,24
	Dot. Amortización Material	4752,55
	Intereses deudas C/P	802,54
	Pérdidas y ganancias	35.268,33
<b>381.722,21</b>		<b>381.722,21</b>

**PÉRDIDAS**

**Y**

**GANANCIAS**

<b>DEBE</b>		<b>HABER</b>	
<u>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</u>	-	<u>INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</u>	
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>310.590,00</b>	<b>VENTAS</b>	352.586,21
Sueldos y Salarios	238.895,00	Esponsor	3.100,00
S.Social Empresarial	71.695,00		
<b>COMPRAS</b>	<b>5.118,97</b>		
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>1.800,00</b>		
<b>SUMINISTROS</b>	<b>3.077,58</b>		
<b>MATERIAL OFICINA</b>	<b>800,00</b>		
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>1.075,00</b>		
<b>SEGUROS</b>	<b>1.300,00</b>		
<b>ARRENDAMIENTO</b>	<b>15.600,00</b>		
<b>IMPUESTOS</b>	<b>420,00</b>		
<b>ASESOR PRL</b>	<b>480,00</b>		
<b>DOT. AMORT. INMATERIAL</b>	<b>637,24</b>		
Dot. Amort. Gastos Establecimiento	120,00		
Dot. Amort. Software	517,24		
<b>DOT. AMORT. MATERIAL</b>	<b>4.752,55</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>345.651,34</b>	<b>TOTAL</b>	<b>355.686,21</b>
<b>BENEFICIOS EXPLOTACIÓN</b>			
BAII	10.034,87		
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	-	<u>INGRESOS FINANCIEROS</u>	
Gastos intereses de deudas a c/plazo	<b>802,54</b>		
		<u>INGRESOS EXTRAORDINARIOS</u>	
		<b>INGRESOS EXTRAORDINARIOS</b>	<b>26.036,00</b>
		Subv. d. para invers. Coop	9.036,00
		Subv.contratación discapacit	3.000,00
		Subvención	14.000,00
<b>BENEFICIO NETO (BAI)</b>		<b>TOTAL</b>	<b>26.036,00</b>
BAI	<b>35.268,33</b>		
Impuesto de sociedades 20%	<b>4.232,20</b>		
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO // BENEFICIO (BDI)</b>		<b>31036,13</b>	

En cuanto a la decisión del consejo rector de los resultados de la sociedad es la siguiente.

Al inicio de la actividad en asamblea se toma la decisión de durante los primeros cuatro años de actividad en el caso de resultado positivo se estará a lo que indica la ley:

*“El Fondo de Reserva Obligatorio tiene la finalidad de consolidar económicamente la sociedad y no se puede repartir entre los socios.*

*El Fondo de Educación y Promoción Cooperativas se destina a la formación de los socios y trabajadores en los principios y las técnicas Cooperativas empresariales, económicas y profesionales, la promoción de las relaciones entre Cooperativas y la difusión del cooperativismo, la atención a objetivos de incidencia social y de lucha contra la exclusión social y el pago de las cuotas de la federación a la que pertenece la cooperativa. Este fondo no puede repartirse entre los socios y es inembargable.*

*a) De los resultados netos cooperativos del ejercicio, una vez deducidas las pérdidas de ejercicios anteriores de cualquier naturaleza y antes de la consideración del impuesto de sociedades, han de destinar al menos los porcentajes siguientes:*

*Al fondo de Reserva Obligatorio: 30% del resultado neto, el 50% de los excedentes procedentes de la regularización de balances y el 100% de los excedentes obtenidos de las plusvalías obtenidas por alienación de los elementos del inmovilizado material o inmaterial.*

*Al fondo de Educación y Promoción Cooperativas: 10% del resultado neto.*

*b) De los beneficios extra cooperativos, una vez deducidas las pérdidas de cualquier naturaleza de ejercicios anteriores y antes de la consideración del impuesto de sociedades, se destina al menos un 50% al fondo de reserva obligatorio. ”*

Y el resto de resultado será dotado como reservas voluntarias.

Beneficio antes de Impuestos	=	35.268,33€
Fondo Reservas Obligatorios 30%	=	10.580,50€
Fondo Educación y Promoción 10%	=	3.526,83€
Impuesto Sociedades 20%	=	4.232,20€
Resultado después de Impuestos	=	16.928,80€

## BALANCE FINAL

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>43.036,12</b>
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>2.548,97</b>	Capital	12.000,00
Gastos Constitución	600,00	Fondos Reservas Obligatoria	16.928,80
Amort. Acum G. Constituc.	-120,00	Fondo de Educación y Promoción	10.580,50
Software	2.586,21	Reservas voluntarias	3.526,82
Amort. Acum Software	-517,24	<b>ACREEDORES A LARGO</b>	
		<b>PLAZO</b>	<b>8.922,37</b>
<b>Deposito fianza</b>	<b>2.600,00</b>	Deudas a L/pzo entidad crédito	8.922,37
		<b>ACREEDORES A CORTO</b>	
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>25.734,35</b>	<b>PLAZO</b>	<b>37.031,11</b>
Mobiliario	3.448,28	Deudas a c/plzo entidad crédito	4.107,08
Amort. Acum. Mobiliario	-344,83	H.P. Acreedora por IRPF	5.676,00
Transporte	18.000,00	H.P. Acreedora por S.Social	7.716,00
Amort. Acum. Transporte	-2.600,00	H.P. Acreedora por IVA	14.699,83
Equipo Informático	7.758,62	Impuesto de Sociedades	4.232,20
Amort. Acum. Eq. Informático	-1.551,72	Compras	600,00
Maquinaria	1.280,00		
Amort. Acum. Maquinaria	-256,00		
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>58.106,29</b>		
Tesorería	37.106,29		
Clientes	21.000,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>88.989,60</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>88.989,60</b>

## **MEMORIA DEL EJERCICIO CERRADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2.007**

### **1.- DATOS GENERALES:**

**CASANETA,SCCL.** es una empresa española domiciliada en Barcelona, Carretera de Sants, que tiene como actividad principal la denominada: Servicios de Limpieza a domicilio.

Se constituyó, el 01 de Enero de 2.007 en Barcelona, ante el Sr. Notario D. Arturo Pérez Morente, mediante escritura de su protocolo general corriente de aquel año y figura inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, en la hoja nº B-292329, folio 206, tomo 36519 del archivo.

Su ámbito geográfico de actuación en la actualidad, se sitúa en Barcelona.

### **2.- BASES DE PRESENTACIÓN:**

#### 2.1.- Imagen fiel y principios contables:

Los Estados Financieros de la Entidad han sido preparados en base a los libros y registros concordantes de contabilidad de la misma, cerrados al 31 de Diciembre de 2.007.

La compañía presenta sus estados financieros de acuerdo con los criterios, normas y principios contables establecidos en el Capítulo VII del R.D: Legislativo 1564/1989 y del R.D. 1643/1990 no existiendo partida alguna que pueda desvirtuar la imagen fiel de la Compañía a dicha fecha.

#### 2.2.- Comparación de la información:

El Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias del ejercicio 2.007 que se incluye en las presentes cuentas anuales están adaptados a lo establecido en el Plan General de Contabilidad, y no se porta información referente al ejercicio anterior, puesto que es una empresa de nueva creación.

#### 2.3.- Elementos recogidos en varias partidas:

No existen, en las presentes cuentas anuales, elementos patrimoniales que estén registrados en dos o más partidas.

## **MEMORIA DEL EJERCICIO CERRADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2.007**

### **3.- DISTRIBUCIÓN DE LOS RESULTADOS:**

La propuesta de aplicación de los resultados del ejercicio, que formula el consejo rector de la sociedad es:

Beneficios del Ejercicio:	35.268,33.-
---------------------------	-------------

El Consejo rector propone que los beneficios del año 2.007 sean repartidos en la proporción adecuada entre los fondos de Educación y Promoción , fondos de reservas obligatorios y el resto del beneficio tal y como acordaron en asamblea al inicio de la actividad durante cuatro años se dotará a reservas voluntarias.

### **4.- NORMAS DE VALORACIÓN:**

#### **A) Inmovilizado inmaterial:**

No existen a la fecha de cierre activos adquiridos en arrendamiento financiero con contrato vigente que se encuentran reflejados en sus respectivas partidas.

#### **B) Inmovilizado material:**

El inmovilizado material correspondiente a la maquinaria y utillaje, se halla actualizado por el valor de adquisición. Sobre dichos valores se calculan las oportunas amortizaciones en base a la vida útil estimada del bien.

No se han producido en dichos bienes, ni capitalizaciones de intereses, ni diferencias de cambio.

Las reparaciones que no representan una ampliación de la vida útil y los gastos de mantenimiento, se cargan directamente a la cuenta de pérdidas y ganancias. Los costes de ampliación o mejora que dan lugar a una mayor duración del bien son capitalizados como mayor valor del mismo.

#### **C) Inversiones financieras:**

Al cierre del ejercicio la Compañía no posee inversiones en acciones.

## **MEMORIA DEL EJERCICIO CERRADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2.007**

### D) Créditos no comerciales:

La imputación entre largo y corto plazo se realiza en base a los vencimientos con plazo inferior a un año o superior al mismo. Se registran por el importe entregado. La diferencia con el valor nominal se considera como ingreso o gasto por intereses en el ejercicio en que se devengan, siguiendo un criterio financiero.

### E) Impuesto sobre beneficios:

De acuerdo con la normativa aplicable, la Compañía ha previsto el importe a pagar por el Impuesto sobre Sociedades del ejercicio, y se encuentra anotada en su correspondiente partida contable.

### F) Acciones propias en poder de la Sociedad:

No existe autocartera.

### G) Provisiones para pensiones y obligaciones similares:

No existe previsión que cubra la posible contingencia derivada del despido de personal contratado. Las indemnizaciones que pudieran devengarse por tal concepto se registran como gastos en el momento de devengarse por tal concepto se registran como gastos en el momento de producirse.

### H) Deudas:

Las deudas comerciales y no comerciales, tanto a corto plazo como a largo plazo se registran por su valor de reembolso. La imputación entre largo y corto plazo de pago se realiza en base a los vencimientos con plazo inferior a un año o superior al mismo.

Los gastos por intereses que puedan generar se imputan a resultados en el momento de su pago, de acuerdo con un criterio financiero. Igual criterio se sigue para las primas diferidas.

Los créditos de entidades financieras figuran en el balance por importe dispuesto.

## **MEMORIA DEL EJERCICIO CERRADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2.007**

### **5.- GASTOS:**

#### 5.1.- Gastos Personales:

	2007	2006
Sueldos y salarios	0,-	0,-
Cargas Sociales	7.716,00,-	0,-
Total	7.716,00,-	0,-

#### 5.2.- Provisiones de tráfico:

Durante el ejercicio no se ha producido ninguna insolvencia, por lo tanto no ha habido dotación en este sentido.

### **6.- OTRA INFORMACIÓN:**

#### Retribuciones de los Socios de la Cooperativa:

Sueldos y salarios año 2.007                      0 Euros.

No existen compromisos de fondos de pensiones ni seguros de vida concertados a favor de los mismos.



## INFORME DE GESTIÓN 2.007

Durante el ejercicio 2.007 la Compañía ha seguido las pautas comerciales, económicas y de evolución de la plantilla que con anterioridad estaban previstas.

Desde la fecha de cierre del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias a que se refiere el presente documento hasta el día de hoy, no ha habido acontecimientos importantes que supongan variación sustancial en la evolución de los negocios de la Sociedad.

Durante el ejercicio de 2.007 no existieron actividades de investigación y desarrollo.

La Sociedad no ha adquirido participaciones propias durante el ejercicio.

Los Socios esperan que durante el ejercicio 2.008 aumente el nivel de facturación del año, mejorando los resultados de la cuenta de explotación.

## 5.5. PLAN DE CONTROL DE GESTIÓN

<b><u>SOLVENCIA</u></b>	<b><u>FÓRMULAS</u></b>		<b><u>RESULTADO</u></b>	<b><u>V.OBJETIVO</u></b>
R. Garantía	$\frac{\text{Activo Real}}{\text{Pasivo Exigible}}$	$\frac{88.509,60}{45.953,48}$	<b>1,926069801</b>	(<1 - >2)
R. Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Exigible}}{\text{Total Pasivo}}$	$\frac{45.953,48}{88.989,60}$	<b>0,516391556</b>	(<0,5 ->0,7)
Calidad Deuda	$\frac{\text{Pasiv. Exig C/P}}{\text{Total Pasivo}}$	$\frac{37.031,11}{88.989,60}$	<b>0,416128528</b>	(0 - 1)
Coste Deuda	$\frac{\text{Gast.Financieros}}{\text{Ventas}}$	$\frac{802,54}{352.586,21}$	<b>0,002276156</b>	(0,04 - 005)
<b><u>LIQUIDEZ</u></b>				
R. Circulante	$\frac{\text{Act. Circulante}}{\text{Pasivo Exigible c/p}}$	$\frac{58.106,29}{37.031,11}$	<b>1,569120853</b>	(<1 - >2)
R.Tesorería	$\frac{\text{Realizable + Disponible}}{\text{Pasivo Exigible c/p}}$	$\frac{58.106,29}{37.031,11}$	<b>1,569120853</b>	Cercano 1
R. Disponibilidad	$\frac{\text{Disponible}}{\text{Pasivo Exigible c/p}}$	$\frac{37.106,29}{37.031,11}$	<b>1,002030095</b>	(<0,3 - >0,3)
<b><u>ROTACIÓN</u></b>				
Rotac. Activos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	$\frac{352.586,21}{88.989,60}$	<b>3,96210568</b>	Mayor Mejor
	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Pasivo Exigible}}$	$\frac{352.586,21}{45.953,48}$	<b>7,672677667</b>	Mayor Mejor
	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	$\frac{352.586,21}{51.958,49}$	<b>6,785921479</b>	Mayor Mejor
	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Fondos Propios}}$	$\frac{352.586,21}{43.036,12}$	<b>8,19279732</b>	Mayor Mejor

### **COMENTARIOS RATIOS**

Los ratios los hemos dividido en 4 grandes grupos:

### **Solvencia:**

Determinan si la estructura financiera es la adecuada, y tiene capacidad para hacer frente a sus compromisos a medida que vayan venciendo.

El ratio de Garantía verificamos la garantía de pago a deudores, mostrándonos si el activo es capaz de afrontar las deudas contraídas.

El valor que nos facilita 1,926 según valores objetivos nos indica una situación normal debido a que el activo es superior a las deudas.

El ratio de Endeudamiento verificamos la estructura de financiamiento que tiene la empresa.

El valor que nos facilita 0,516 según los valores objetivos nos indica una situación de poco endeudamiento, en este momento la empresa dispone de capacidad para endeudarse todavía más si fuese necesario o aconsejable.

El ratio de Calidad de la Deuda Nos indica cuales son los compromisos a corto plazo que la empresa tiene respecto al total de deudas.

El valor que nos facilita 0,4161 significa que toda la deuda que tiene actualmente a corto plazo es un 45% de la deuda total.

Coste de la Deuda Nos muestra la carga financiera respecto a las ventas.

El valor que nos facilita 0,0022 en los valores de referencia este resultado significa una situación positiva, ya que la incidencia es mínima.

### **Liquidez:**

El ratio Circulante, el de Tesorería y el Disponible comprobación de la posibilidad de hacer frente a los pagos a corto plazo.

Los valores de los distintos ratios son positivos, y están dentro de los valores objetivos, la empresa dispone de capital para hacer frente a los pagos a corto plazo.

### **Rotación:**

Indican la eficiencia productiva, los valores que han de arrojar cuanto mayor sean mejor.

ROA	Rentab. Económica	$\frac{\text{BAII}}{\text{Activo Total}}$	*100	$\frac{10.034,87}{88.989,60}$	*100	<b>11,2764555</b>
	Rentab. Financiera	$\frac{\text{BAI}}{\text{Fondos Propios}}$	*100	$\frac{35.268,33}{12.000,00}$	*100	<b>293,9027642</b>
	Rentab. Financ. Final	$\frac{\text{BL}}{\text{Fondos Propios}}$	*100	$\frac{28.214,67}{12.000,00}$	*100	<b>235,1222114</b>

### **Rentabilidad:**

#### **(ROA)**

Es la rentabilidad generada por los activos de la empresa con independencia de la financiación empleada.

Podemos observar que la inversión de Activo efectuada por la empresa ha generado un 11,2764% de beneficio antes de intereses e impuestos.

#### **(ROE)**

Es el porcentaje de relación entre el beneficio después de impuestos, los fondos propios y las ventas del ejercicio, que nos indica la rentabilidad obtenida por el capital aportado.

El valor que arroja dicho ratio final es un 235,1222% la rentabilidad obtenida es sorprendente, en este primer año de funcionamiento parece increíble dicha rentabilidad.

Pero si analizamos la cuenta de Pérdidas y Ganancias podemos observar que durante este año hemos obtenido diversas subvenciones estas hacen que el resultado sea el anteriormente citado, pero hemos de tener en cuenta que dichas subvenciones son puntuales.

Con lo que para comprobar si la empresa tuvo una rentabilidad positiva eliminamos dichas subvenciones y comprobamos que seguimos manteniendo una rentabilidad positiva equivalente a un 76,93 y una rentabilidad final de un 61,54

## **FONDO DE MANIOBRA**

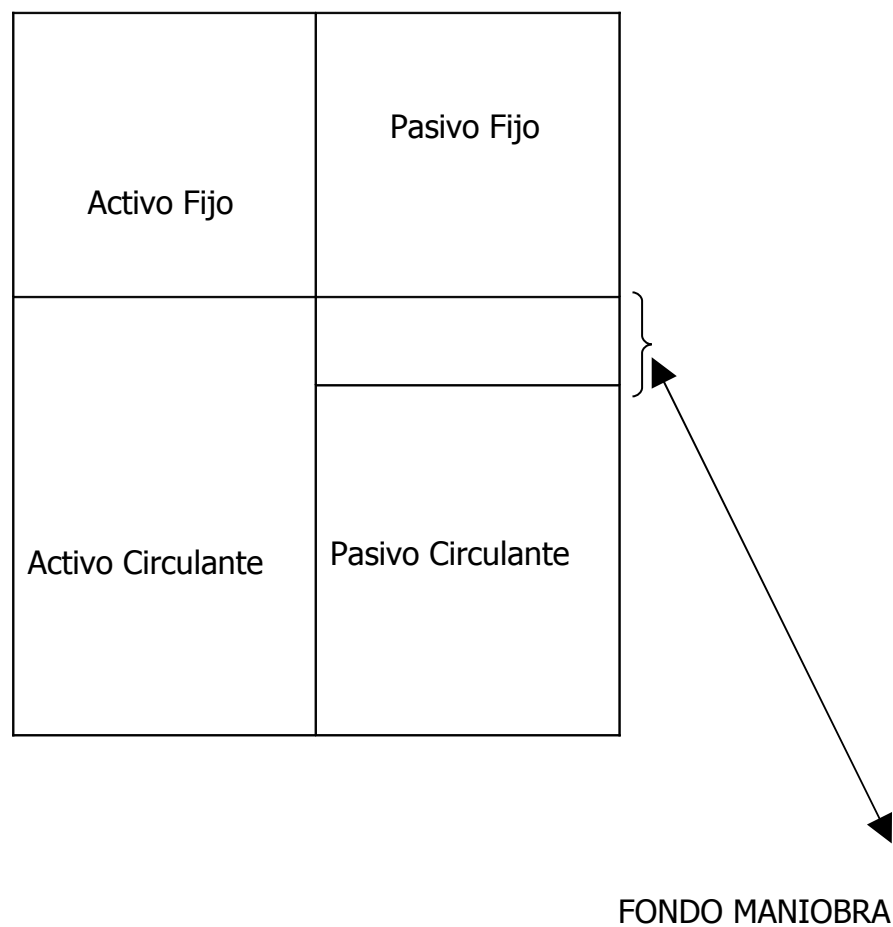
Es la parte del pasivo fijo dedicada a financiar una parte del activo circulante, cuanto mayor sea el fondo de maniobra, más solvente será la empresa.

$$\begin{aligned} FM &= \text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Circulante} \\ FM &= 58.106,28 - 39.852,58 = 18.253,70 \end{aligned}$$

Otra forma de calcularlo es:

$$FM = \text{Capitales permanentes (capital propio + exigible a l./p.)} - \text{Activo Fijo}$$

$$FM = (40.214,66 + 8.922,37) - 30.883,33 = 18.253,70$$



## PLAN DE VIABILIDAD

### Valor actual neto

**Valor actual neto** o **Valor presente neto**. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Presente Neto es:

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{I_n - E_n}{(1 + i)^n}$$

$I_n$  representa los ingresos y  $E_n$  representa los egresos.  $E_n$  se toma como valor negativo ya que representa los desembolsos de dinero.  $N$  es el número de períodos considerado (el primer período lleva el número 0, no el 1..). El valor  $I_n - E_n$  indica los flujos de caja estimados de cada período. El tipo de interés es  $i$ . Cuando se iguala el VAN a 0,  $i$  pasa a llamarse TIR

La **tasa interna de retorno** o **tasa interna de rentabilidad** (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

La Tasa Interna de Retorno es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN:

$$VAN = -I + \sum_{i=1}^N \frac{Q_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

Donde  $Q_i$  es el Flujo de Caja en el periodo  $i$ .

Por el teorema del binomio:

$$(1 + r)^{-n} \approx 1 - n * r$$

$$I = Q_1 * (1 - r) + \dots + Q_n * (1 - n * r)$$

$$I - (Q_1 + \dots + Q_n) = - r * (Q_1 + \dots + n * Q_n)$$

De donde:

$$r = \frac{-I + \sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n i * Q_i}$$

La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para comparar la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida.

A continuación daremos otras definiciones de la Tasa interna de Retorno que favorezcan a su mejor entendimiento:

- Es la tasa de interés por la cual la sumatoria de los valores presentes de los costos es igual a la sumatoria de los valores presentes de los beneficios:

$$\sum_{i=1}^N VPBi = \sum_{i=1}^N VPCi$$

- Es la tasa de interés para la cual los beneficios totales actualizados es igual a los costos totales actualizados:  $BTAc = CTAc$

- Es la tasa de interés para el cual la relación Beneficio-Costo es igual a 1:

$$\frac{Beneficio}{Costo} = 1$$

- Es la tasa de interés por la cual se recupera la inversión.

- Es la tasa de interés máxima que se puede endeudar para no perder.

- Es la tasa de interés para la cual el Beneficio actualizado neto (BAN) es igual a cero:

$$BAN = Beneficio - Costo = 0$$

### **Supuesto**

Preveamos que vamos a tener que realizar la inversión en una máquina, ya que deseamos cubrir el servicio de limpieza de grafitis.

Para ello hemos obtenido el Van y el Tir de la inversión que deberíamos realizar teniendo en cuenta que una de las máquinas un tanto más sencilla tiene un valor de 12000€ y la más compleja 18000€.

El resultado final ha sido que la máquina de 12000€ nos facilita un Tir mejor en su retorno que la más compleja

### **Caso A)**

Inversión 12.000€ máquina elimina grafitis

Interés = 5,5% en 4 años

Cash Flow = constante 4000€

<b>VAN</b>	<b>2.020,60</b>
<b>TIR</b>	<b>12,19</b>

**Caso B)**

Inversión 18.000 € máquina elimina grafitos  
Interés = 5,5% en 4 años  
Cash Flow = constante 6000€

<b>VAN</b>	<b>1.278,32</b>
<b>TIR</b>	<b>12,19</b>

**Los dos Proyectos arrojan el mismo TIR, escogeremos el primero ya que la inversión es menor, y el VAN mayor**



## 6. DIMENSIÓN ÓPTIMA

### 6.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS COSTES FIJOS Y VARIABLES

**Costos fijos:** Son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado sin importar si cambia el volumen.

**Características de los costos fijos.**

- Tienden a permanecer igual en total dentro de ciertos márgenes de capacidad, sin que importe el volumen de producción lograda de artículos o servicios.
- Están en función del tiempo.
- La cantidad de un costo fijo no cambia básicamente sin un cambio significativo y permanente en la potencia de la empresa, ya sea para producir artículos o para prestar servicios.
- Estos costos son necesarios para mantener la estructura de la empresa.

En nuestra empresa Casaneta, S.C.C.L. clasificamos como costos fijos los siguientes:

- Publicidad: Hemos firmado un contrato anual con una revista local, en ella se publicará un anuncio de nuestra empresa con los servicios que ofrecemos.
- Arrendamiento: el local donde estamos instalados ha sido adquirido por medio de alquiler con un contrato de 5 años renovable.
- Sueldos Y Salarios: Los trabajadores deben de percibir la cantidad que indique por categoría el convenio, con los pluses que estén estipulados.
- S.S. Empresarial: cuota que debe abonar el empresario a la seguridad social en función de las bases de cotización de sus asalariados.
- Suministros: Electricidad, Agua, Teléfono
- Póliza de Seguro Responsabilidad Civil
- Asesor PRL: servicio de asesoramiento y desarrollo en prevención.
- Seguro de Vehículo
- Impuestos: Vado, Vehículo de Tracción Mecánica
- Intereses del préstamo.

**Costos Variables o directos:** Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.

**Características de los costos variables o directos:**

- No existe costo variable si no hay producción de artículos o servicios.
- La cantidad de costo variable tenderá a ser proporcional a la cantidad de producción.
- El costo variable no está en función del tiempo. El simple transcurso del tiempo no significa que se incurra en un costo variable.

En nuestra empresa Casaneta, S.C.C.L. clasificamos como costos variables los siguientes:

- Compras de mercaderías
- Otros gastos, estos gastos son derivados de la utilización del vehículo para el transporte del material necesario a nuestros clientes.
- Material de oficina

## 6.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS

**Directos:** se pueden relacionar o imputar, independientemente del volumen de actividad, a un producto o departamento determinado. Los que física y económicamente pueden identificarse con algún trabajo o centro de costos (materiales, mano de obra, consumidos por un trabajo determinado).

Como costos directos podríamos identificar en Casaneta, S.C.C.L.

- Compras de mercaderías "son productos de limpieza" – Dpto. Limpieza
- Material de oficina ----- Dpto. Administración
- Publicidad ---- Dpto. Comercial
- Sueldos y Salarios ----- Seccionamos dicha cantidad por departamento.
- Otros gastos --- Dpto. Limpieza, estos gastos son derivados de la utilización del vehículo para el transporte del material necesario a nuestros clientes.

**Indirectos:** no se vinculan o imputan a ninguna unidad de costeo en particular, sino sólo parcialmente mediante su distribución entre los que han utilizado del mismo.

Como costos indirectos los identificamos de la siguiente manera:

- Arrendamiento
- Suministros
- Póliza de Seguro Responsabilidad Civil
- Asesor PRL
- Seguro de Vehículo
- Impuestos: Vado, Vehículo de Tracción Mecánica
- Intereses del préstamo.

### 6.3 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Mantenemos tres líneas de mercado diferenciadas, con lo que realizamos una tarifa de precios para cada una de las líneas y estas a su vez se dividen en servicios similares con distintas condiciones.

LIMPIEZA A DOMICILIO ocupa un 65% de nuestra línea de negocio

BÁSICA	CON PRODUCTOS	Mín.4 h (20€/h.)	Más 4h. (18€/h.)
	SIN PRODUCTOS	Mín. 4h (18€/h.)	Más 4h. (15€/h)
A FONDO	CRISTALES PERSIANAS COCINAS BAÑOS	CON PRODUCTOS	22 €/ hora *
		SIN PRODUCTOS	20 €/ hora *

\*Según presupuesto realizado por nuestros operarios

NECESIDADES SOCIALES "HOGARES SIN RECURSOS" CONCESIONES DEL AYUNTAMIENTO ocupa un 25% de nuestra línea de negocio.

Derivada de una concesión adjudicada mediante concurso público del ayuntamiento obtenemos unos ingresos mensuales de 7000€ iva incluido, por prestar servicios en hogares sin recursos, prestaciones que concede el Ayuntamiento como ayuda social.

OTROS SERVICIOS: ESCALERAS, LIMPIEZAS DESPUÉS DE OBRAS, COLEGIOS, OFICINAS Y OTROS ORGANISMOS. Ocupa un 10% de nuestra línea de negocio.

Todos estos servicios se contratarán según presupuesto cerrado una vez se haya comprobado el servicio que se ha de realizar in situ por uno de nuestros operarios.

## 6.4 CÁLCULO DE PUNTO MUERTO DE LA EMPRESA

El punto muerto es aquella cantidad de ingresos que genera un margen de contribución (porcentaje sobre ventas) igual a la cuantía de costes fijos, momento en el cual la empresa tiene beneficio cero.

Por encima de dicha cantidad se obtienen unos ingresos que, una vez absorbidos, los costes fijos proporcionan beneficios y por debajo de la misma proporcionan pérdidas.

Punto Muerto= (Costes Fijos) / (1-(Costes Variables/Ventas))

En el caso de nuestra empresa Casaneta S.C.C.L. como poseemos diversos servicios y tarifas, tal y como hemos comentado anteriormente, consideramos que debemos calcular el punto muerto en función de las ventas que vamos a obtener y descontando a este los costes fijos mensuales y los costes variables, a su vez tenemos en cuenta el prorrateo de los costes que abonándose en una cuota comprenden un periodo determinado como es el caso de los seguros, el material de oficina etc..

El punto Muerto de Casaneta S.C.C.L. es:

MESES	VENTAS	C. FIJOS	C.VARIABLES	RESULTADO
ENERO	24.137,93	26.292,78	1.106,67	-3.261,52
FEBRERO	25.000,00	26.279,85	451,67	-4.993,04
MARZO	28.448,28	27.288,75	461,67	-4.295,18
ABRIL	27.586,21	27.344,78	461,67	-4.515,42
MAYO	29.310,34	27.394,78	851,32	-3.451,18
JUNIO	29.310,34	27.390,47	506,49	-2.037,80
JULIO	32.758,62	29.992,16	461,67	266,99
AGOSTO	25.000,00	27.393,29	411,67	-2.537,97
SEPTIEMBRE	32.758,62	29.898,66	678,91	-356,92
<b>OCTUBRE</b>	<b>30.814,88</b>	<b>29.996,30</b>	<b>461,67</b>	<b>0,00</b>
NOVIEMBRE	37.288,57	29.994,79	461,67	6.832,12
DICIEMBRE	30.172,41	29.993,27	678,91	6.332,35

Como podemos comprobar en el mes de Octubre la empresa ha absorbido todos los gastos generados y su beneficio es cero.

Otra forma de encontrar el punto muerto de la sociedad es comprobando el precio medio de los diversos servicios que prestamos.

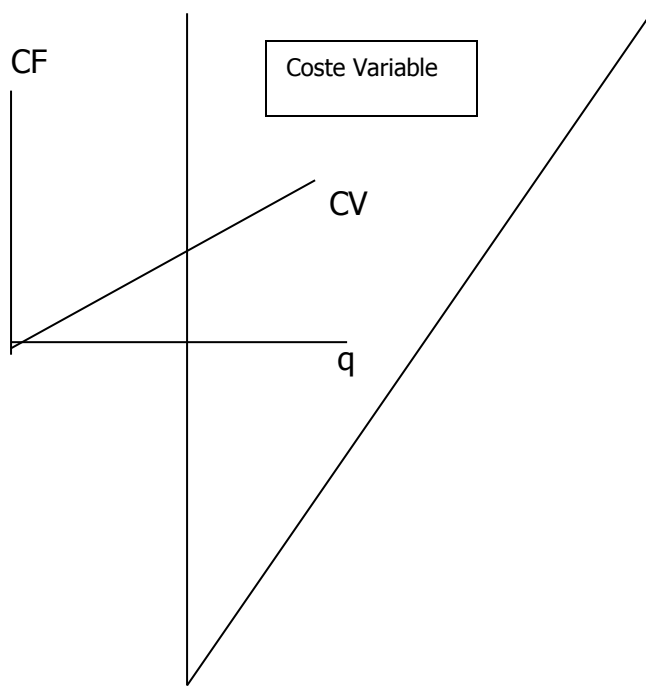
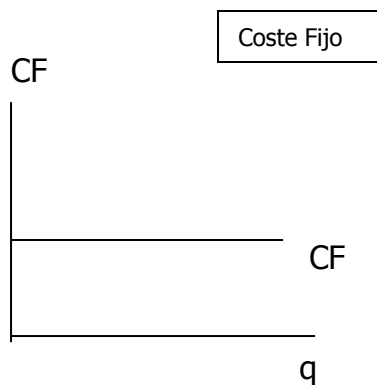
El precio medio por hora de servicios es 18€

El porcentaje de los costes variables es 1,99%

El valor de los costes fijos es 333.267,57€

$$Q^* = \frac{\text{COSTES FIJOS}}{\text{PVP} - \text{COSTES VARIABLES UNITARIOS}}$$

$$Q^* = \frac{333.267,57}{18 - 0,36} = 18.892 \text{ horas de servicio.}$$

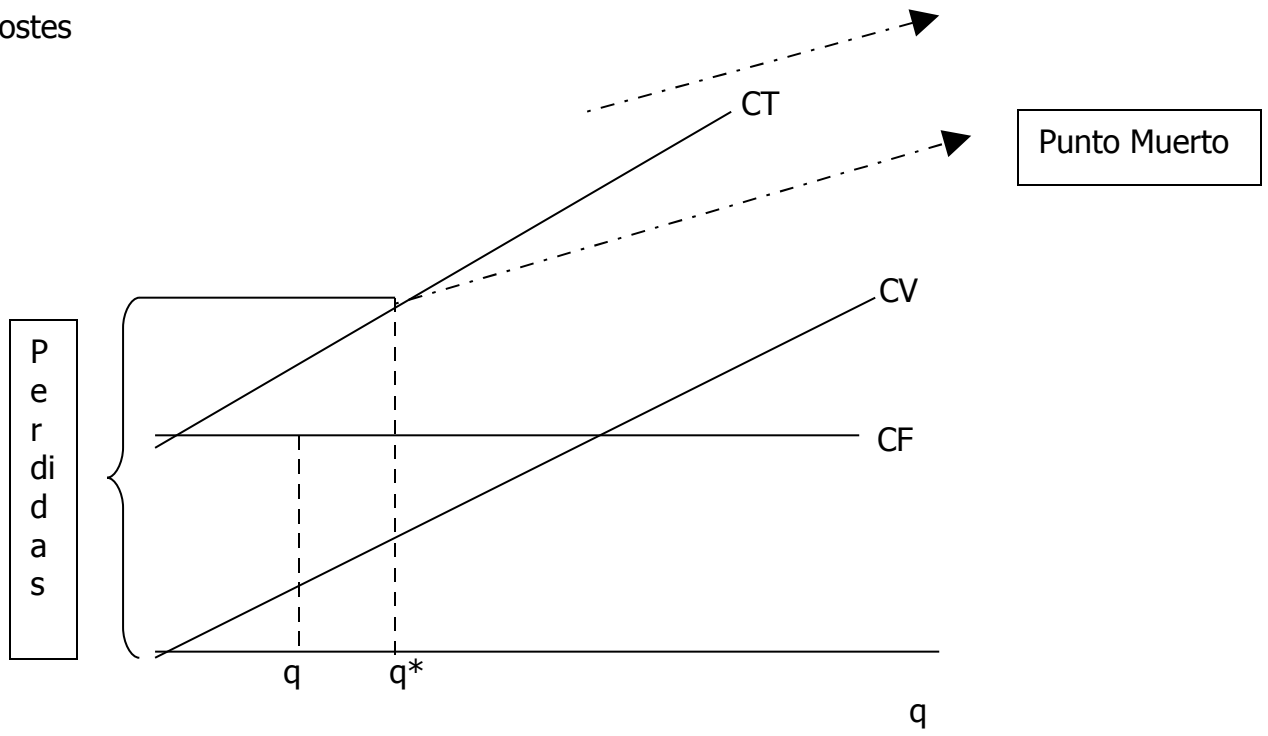


IT

Coste Total

Aquí empezamos a tener beneficios

Costes



### 6.5 CÁLCULO DE LOS DIFERENTES APALANCAMIENTOS

Se denomina **apalancamiento** a un incremento de los beneficios y de la rentabilidad financiera superior al que cabría esperar.

### **Apalancamiento operativo**

Indica la variación en el beneficio económico producido por el efecto de variación en cantidad vendida por la palanca que efectúan los costes fijos.

### **Grado de apalancamiento operativo (GAO)**

De alguna manera, es la medida cuantitativa de esa sensibilidad de la utilidad operativa de la empresa ante una variación en las ventas o producción.

$GAO = (Ventas - Costes Variables) / ((Ventas - Costes Variables) - Costes Fijos)$

$$GAO = \frac{352.586,21 - (5.118,97 + 800,00 + 1.075,00)}{((352.586,21 - (5.118,97 + 800,00 + 1.075,00)) - (310.590,00 + 1.800,00 + 3.077,58 + 1.300,00 + 15.600,00 + 420,00 + 480,00))}$$

$$GAO = 28,0408$$

Según el resultado que se obtiene observamos que la cifra es un tanto elevada, derivada de que los costes fijos de la empresa son elevados también, ya que hemos considerado la partida de sueldos y salarios como costes fijos. Cuanto más se incrementa el volumen de ventas la cantidad correspondiente a los costes fijos se absorberá más rápidamente.

## **Apalancamiento financiero**

Indica la variación del beneficio financiero debido a la variación en la cantidad producida o vendida según el nivel de endeudamiento.

$GAF = (Ventas - Costes Variables - Costes Fijos) / ((Ventas - Costes Variables - Costes Fijos) - Intereses)$

$$GAF = \frac{(352.586,21 - (5.118,97 + 800,00 + 1.075,00)) - (310.590,00 + 1.800,00 + 3.077,58 + 1.300,00 + 15.600,00 + 420,00 + 480,00)}{(((352.586,21 - (5.118,97 + 800,00 + 1.075,00)) - (310.590,00 + 1.800,00 + 3.077,58 + 1.300,00 + 15.600,00 + 420,00 + 480,00)) - 802,54)}$$

$$GAF = 1,069$$

En nuestro caso esta cifra es pequeña puesto que nuestro nivel de endeudamiento es también pequeño, ya que sólo tenemos un préstamo de 15.000 € a un interés del 5,5 %.

## **Apalancamiento total**

$$AT = GAO * GAF = 28,040 * 1,069 = AT = \underline{29,9748}$$

La palanca de los Costes Fijos incide mucho más en la estructura de la empresa que el apalancamiento financiero

## **7. SITUACIÓN CRÍTICA**



Se nos plantea en este punto la necesidad de tomar decisiones para afrontar una situación de dificultad que atraviesa la empresa puesto que uno de sus clientes, cuya facturación representa el 50% del volumen de negocio, ha pasado a ser cliente de la competencia.

De entrada, sabemos que han de ser decisiones drásticas, puesto que la situación económica que se presenta hace inviable poder continuar con el volumen de plantilla que tenemos contratada.

En primer lugar, analizaremos cada uno de los contratos efectuados con los trabajadores; con la finalidad de perjudicar lo menos posible a nuestros empleados y mirando por la viabilidad económica de la empresa, se adoptarán las medidas siguientes:

- A los trabajadores que tengan un contrato eventual de vencimiento inmediato, no se procederá a su renovación; se les abonará la liquidación correspondiente de saldo y finiquito.
- Los que tuvieran contrato a tiempo completo, se negociará con ellos la posibilidad de reducir la jornada de trabajo, reduciendo también su remuneración.

Se procederá a la extinción de los contratos de los trabajadores que se consideren oportunos (despido objetivo), basado causas económicas negativas de la empresa.

Este tipo de extinción de contratos supone el despido menos perjudicial para la empresa, puesto que la indemnización es de 20 días por año trabajado; además contamos con la responsabilidad que asume el Fondo de Garantía Salarial, asumiendo parcialmente las indemnizaciones por despidos económicos en las empresas de pequeño tamaño, previsto para suavizar el costo económico de los despidos derivados de causas económicas.

Abonará, en aplicación del artículo 33.8 del Estatuto de los Trabajadores, el 40 por 100 de la indemnización legal de veinte días de salario por año de servicio prevista para este tipo de extinciones de contrato de trabajo, calculándose el importe de la cantidad a abonar, limitada al máximo de una anualidad, sin que el salario diario, que se toma como base del cálculo, pueda exceder del triple del SMI, incluyendo la parte proporcional de las pagas extraordinarias.

Con esta decisión el objetivo es reducir al máximo el impacto de los costes fijos en nuestra empresa.

Otras medidas que se pueden adoptar:

- Recurrir a la aportación por parte de los socios en concepto de préstamo, con finalidad de aumentar nuestros fondos propios.
- Posibilidad de aumentar el número de socios de nuestra cooperativa o la ampliación de capital.
- También podemos aumentar el precio de nuestros servicios.

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

### **Páginas web:**

[www.bcnactiva.bcn.es](http://www.bcnactiva.bcn.es)  
[www.emprendedores-e.gencat.es](http://www.emprendedores-e.gencat.es)  
[www.ine.es](http://www.ine.es)  
[www.gencat.es](http://www.gencat.es)  
[www.aeat.es](http://www.aeat.es)  
[www.mtas.es](http://www.mtas.es)  
[www.ayudas.org](http://www.ayudas.org)  
[www.caixacatalunya.es](http://www.caixacatalunya.es)  
[www.bancopopular.com](http://www.bancopopular.com)  
[www.gencat.es/mediambient](http://www.gencat.es/mediambient)  
[www.ico.es](http://www.ico.es)  
[www.lacaixa.es](http://www.lacaixa.es)  
[www.ccoo.com](http://www.ccoo.com)  
[www.ugt.es](http://www.ugt.es)  
[www.gabilos.com](http://www.gabilos.com)  
[www.inem.es](http://www.inem.es)

### **Libros y manuales:**

- ARAGÓN , J.A **“ Empresa y medio ambiente “**. Granada: Comares , 1998.
- VELASCO , J. **“Gestión de calidad”**. Madrid : Pirámide.
- ALONSO OLEA, M; CASAS, M.E. **“Derecho del Trabajo”** Madrid: Civitas, 2005.
- GARCÍA NINET, J.I. **“Derecho del Trabajo”** Pamplona: Aranzadi, 2005.
- GARCIA GONZALEZ, A., BÒRIA REVERTER, S. **“Los Nuevos Emprendedores. Creación de Empresas en el Siglo XXI”**.

### **Documentos varios , normas , leyes y Convenios Colectivos:**

- Convenio Colectivo de Limpieza de edificios y locales de Cataluña.
- Directiva comunitaria 77/187 CEE del Consejo de 14 de Febrero de 1997 sobre los derechos de los trabajadores.
- Ley de prevención de riesgos Laborales 31/1995 de 8 de Noviembre con su debida modificación
- Estatuto de los Trajadores
- Real Decreto 255/2003