



ULL

Universidad de La Laguna

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN
Y DISTRIBUCIÓN DE MERMELADAS**

***Creation of a jams manufacturing
and distribution company***

Autores: Andrés Mesa Duque y Fernando Pérez Reyes.

Grado en Contabilidad y Finanzas

Curso académico 2016-2017

Tutor: Carlos Alberto Felipe Martell

La Laguna, 6 de Junio de 2017

RESUMEN

Nuestra idea de negocio es la fabricación de mermeladas. Nuestro objetivo como todo negocio es obtener beneficios. Hemos estudiado la zona donde situarnos, así como información sobre la maquinaria necesaria para llevar a cabo el proyecto y empezar a manejar presupuestos. Hemos realizado una serie de encuestas en la población de la zona sur de Tenerife, con cuestiones que nos ayudarán a entender los gustos de los consumidores.

Una parte fundamental de cualquier negocio es fijar los precios. Lo próximo es decidir los gastos que va a ocasionar la actividad empresarial. Estos fueron un plan de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y salarios.

Por último, hemos decidido la fuente de financiación e inversión de la empresa, así como el VAN y la TIR. Concluimos el proyecto con la presentación del balance de situación de 2015 y 2016 así como la cuenta de resultados y ratios.

Palabras clave: empresa, mermelada, beneficios, inversión

ABSTRACT

Our business idea is the manufacture of jams. The main goal for us is to get benefits from. We have studied the area where we can be located, and also the machinery we will need to carry the project out in order to it we can start making budgets. We have made surveys to the south area of Tenerife with the objective to let us understand about what like people the most.

One of the most important thing in business is to set prices. And the next step is to decide what are those expenses the company will have, and the outcome of these will be an advertising plan, sales promoting, public relations and wages.

To finalize, we have decided the financing source and investing of the company, like VAN and TIR. We conclude this project with 2015 and 2016 balance, income statement and ratio presentation.

Keywords: company, jam, benefits, investment

ÍNDICE DE CONTENIDOS

0. INTRODUCCIÓN	7
1. IDEA DE NEGOCIO	8
1.1 Idea de la creación de la empresa	8
1.2 Objetivos que desean conseguir.....	8
1.3 Idea final	8
1.4 ¿Cuáles son los motivos que nos han llevado a plantearnos la creación de esta empresa?.....	8
1.5 Actividad de la empresa	8
1.6 Diferenciación del producto	9
1.7 Necesidades que cubre el producto y mercado al que va dirigido.....	9
1.8 Situación geográfica	9
1.9 Creación del logotipo	9
1.10 Financiación	10
2. CONSTITUCIÓN, DATOS DE LA EMPRESA Y REQUISITOS	10
2.1 Forma jurídica.....	10
2.2 Localización física de la empresa	11
3. ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS ECONÓMICOS.....	13
3.1 Distribución y tratamiento de encuestas	13
3.2 Encuesta.....	14
4. ANÁLISIS DEL SECTOR E INVERSIÓN	18
4.1 Análisis del sector.....	18
4.2 Carta de productos	19
4.3 Cuadro resumen de inversión.....	20
5. PRECIOS Y VENTAS DE NUESTROS PRODUCTOS	21
5.1 Cartera de productos y precios.....	21
5.2 Política de precios	22

5.3	Presentación del cuadro de precios.....	23
5.4	Precios de la competencia y estudio de mercado.....	24
5.5	Las ventas	24
5.6	Canales de distribución. Distribución propia	27
5.7	Recursos humanos necesarios para las ventas (Funciones y organización). El vendedor y sus funciones	27
6.	GASTOS.....	28
6.1	Plan de publicidad	28
6.2	Presupuestos de costes	28
6.3	Seguros	28
6.4	Gastos de publicidad, patrocinio y promociones.....	29
7.	FINANCIACIÓN, SITUACIÓN DE LA EMPRESA AL CIERRE Y RATIOS.....	29
7.1	Fuentes de financiación e inversión de la empresa	29
7.2	Evaluación de la inversión realizada en nuestra empresa: VAN y TIR	30
7.3	Presentación de balance de situación final y cuenta de resultados.	31
7.4	Análisis económico-patrimonial de la empresa: Ratios.....	33
8.	CONCLUSIÓN.....	35
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	35

INDICE DE GRAFICOS, IMÁGENES Y TABLAS.

Imagen 1: Logotipo de la empresa	9
Tabla 1: Numero de socios (trabajadores y capitalistas)	11
Tabla 2: Función de los trabajadores y horarios	11
Imagen 2: Plano de situación del local	12
Imagen 3: Plano de la situación de la competencia.....	13
Grafico 1: Sexo de los encuestados	14
Grafico 2: Rango de edad	14
Grafico 3: Consumo de mermelada.....	15
Grafico 4: Consumo de tipo de mermelada	15
Grafico 5: Frecuencia de consumo de mermelada	16
Grafico 6: Sabor preferido.....	16
Grafico 7: Importancia de los atributos del producto.....	17
Grafico 8: ¿Consumiría mermelada de productos canarios?	18
Imagen 4: Situación geográfica de las instalaciones	18
Imagen 5: Carta de productos dietéticos.....	19
Imagen 6: Carta de productos normales.....	19
Tabla 3: Cuadro resumen de inversión	20
Imagen 7: Carta de productos y precios normales	22
Imagen 8: Carta de productos y precios dietéticos	22
Tabla 4: Cuadro de precios	23
Imagen 9: Precios de la competencia	24
Imagen 10: Previsión de ventas.....	24
Tabla 5: Previsión de ventas anuales	25-26
Tabla 6: Cuadro resumen de los costes fijos	28
Tabla 7: Costes de publicidad, patrocinio y promoción.....	29

Tabla 8: Préstamo	29
Tabla 9: Leasing Termoselladora	30
Tabla 10: Leasing Marmitas	30
Tabla 11: VAN y TIR.....	31
Tabla 12: Cuenta PyG 2015	31
Tabla 13: Balance de situación 2015.....	32
Tabla 14: Cuenta PyG 2016	32
Tabla 15: Balance de situación 2016.....	33
Gráfico 9: Ratios patrimoniales	33
Grafico 10: Ratios de endeudamiento.....	34
Grafico 11: Análisis de rentabilidad	35

0. INTRODUCCION

El proyecto de creación de una nueva empresa va ligado cada vez más al concepto de emprendimiento, debido especialmente a que en el entorno global que nos situamos, con gran competencia y con entorno tecnológico que evoluciona a gran velocidad, lo que exige cada vez más una visión más "empresarial" que "empresarial" el análisis y puesta en marcha de un proyecto.

Para la supervivencia de las nuevas empresas creadas, es fundamental que aporte una nueva ventaja competitiva, como la mejor en el producto, un proceso más limpio y eficiente, servicios adicionales que mejoren las prestaciones, una mejor y más rápida distribución, introducir el nuevo producto/servicio en un segmento de mercado no utilizado anteriormente. Es fundamental que la nueva empresa, a través de los productos/servicios que ofrezca satisfaga necesidades no cubiertas actualmente.

La creación de una empresa necesita estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos de cara a la consecución de una serie de objetivos establecidos por los emprendedores en la puesta en funcionamiento de su actividad.

En nuestro caso particular nos hemos decidido por la fabricación de mermeladas con sabores canarios debido a que la población cada día esta mas concienciada de la importancia de la promoción de productos elaborados en nuestro archipiélago, unos productos de cercanía, de máxima calidad y que además, contribuyen a continuar generando empleo en las islas y fomentar nuestra sostenibilidad y autoabastecimiento.

Además hemos visto que la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento del Gobierno de Canarias apoya al sector a través de diferentes vías como puede ser el refuerzo de la marca "elaborado en canarias", las ayudas a la propia industria o los planes sectoriales que ayudan al sector.

1. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Idea de la creación de la empresa

En principio se han seleccionado tres ideas de las cuales intentaremos salga la idea final. Una primera idea era trabajar la cestería canaria. La otra es elaboración de quesos. Finalmente y después de varios debates, hemos decidido apostar por la fábrica de mermeladas artesanales. La primera idea la hemos descartado debido a los momentos de crisis que vivimos en la actualidad. A pesar de ser conscientes de su gran labor, no consideramos que la cestería fuera un negocio rentable a la larga, nos hemos decantado por la alimentación y por algo básico como la mermelada que hay en todas y cada una de las casas. Hemos descartado el queso, ya que finalmente es un producto más caro y en la isla hay varias empresas que se dedican a este sector.

1.2 Objetivos que se desean conseguir

El principal objetivo que se desea conseguir es que la empresa que se monte finalmente nos permita salir adelante con un trabajo en el que empeñaremos todas nuestras fuerzas, ilusión y ahorros.

1.3 Ideal Final

La idea final es la fábrica de mermeladas caseras, tal como ya se había indicado, apostamos finalmente por un producto de alimentación básico para todos los públicos gracias a la variedad de sabores que se van a producir y porque habrá productos dietéticos para quienes quieran cuidarse y para los diabéticos, además intentaremos que sea lo más artesanal posible para no cerrar puertas a los alérgicos a determinados productos como el gluten.

1.4 ¿Cuáles son los motivos que nos han llevado a plantearnos la creación de esta empresa?

Los motivos son básicamente que una empresa de alimentación, de un producto básico como la mermelada, puede ser un buen negocio a la larga. Intentamos que sean productos nacidos en nuestra tierra y de sabores conocidos por todos, además de tener algún producto diferente para que cuando el cliente lo pruebe, saboree una experiencia única.

Además Dultensa también intentará llegar no sólo al cliente local, sino que intentará que sus productos lleguen a los hoteles o locales de productos canarios para dar a conocer un producto conocido por todos como es la mermelada con un sabor único de Canarias.

1.5 Actividad de la empresa

El proyecto se basará en la fabricación de mermelada artesanal y con ello se intentará abrir mercado en la isla de Tenerife en un principio aunque no descartamos la posibilidad de una posible expansión.

1.6 Diferenciación del producto

En la isla de Tenerife son pocas las empresas que se dedican a esto, y en exclusividad a este producto no hay ninguna. Por tanto, se ha considerado esta opción como posible negocio basándose en que el fuerte del producto será que todos los ingredientes serán cultivados en la isla y por tanto se pretende ofrecer un producto fresco y cercano.

1.7 Necesidades que cubre el producto y mercado al que va dirigido

El mercado al que va dirigido es toda la sociedad. Es un producto de alimentación básica que podrá consumir cualquier usuario, desde los niños de la casa hasta los abuelos de la misma. Se pretende presentar varios productos y dentro de sus variantes habrá también hueco para los diabéticos o quienes quieran cuidarse.

Además se ha considerado este producto porque es un producto económico que puede permitirse cualquier familia y que al ser un producto dulce se consume en muchas de las comidas de casa, tanto desayunos como meriendas, tentempiés, dulces caseros, etc.

1.8 Situación geográfica

La zona elegida será San Isidro, ya que uno de los socios es natural de la zona y dispone de un local para poder llevar a cabo la actividad. Es un núcleo poblacional bien situado, cercano al polígono industrial, a medio camino del sur de la isla y de la capital, lo que nos permitirá tener un buen transporte ya que está situado junto a la autopista sur.

1.9 Creación de logotipo

El logotipo que habíamos pensado era el mostrar un árbol, con fruta y probablemente una abuelita, porque de esa manera lo que se intenta transmitir es la de una mermelada fresca gracias a productos recogidos del mismo árbol, y con la abuela intentamos hacer llegar la dulzura típica que transmiten las abuelas y la confianza de ser un producto casero.

Con el paso de los días hemos decidido que el logo sólo tendrá el nombre de La Abuelita, pero apostaremos por un logo más atractivo, aún así con el nombre intentamos conservar la idea inicial, la frescura y confianza del producto.



1.10 Financiación

Cuando nos planteamos este proyecto desconocíamos la totalidad de gastos que tendríamos ya que la maquinaria necesaria no es la más común en el mercado, ya que no son muchas las empresas que se dedican a este proceso en exclusividad y las que lo hacen en Canarias lo hacen de una manera muy artesanal y poco nos pudieron orientar en cuanto lo que necesitaríamos. Después de mucha búsqueda a través sobre todo de internet y de algún proveedor local ya sabemos la maquinaria que necesitamos y un importe aproximado de lo que necesitaremos para darle forma a este proyecto.

En principio serán alrededor 176.000€ en maquinaria, utillaje, mobiliario, equipos informáticos, elementos de transportes, etc. Hemos decidido que vamos a buscar financiación ajena por un importe de 100.000€ aproximadamente, afrontando el resto con nuestro capital. Hemos buscado subvenciones a las que pudiéramos acogernos y no hemos encontrado ninguna. A groso modo explicaremos que alguna de nuestras maquinarias son algo elevadas de precio y para poder afrontar su gasto hemos solicitado un leasing a 10 años por la maquinaria de mayor valor que tendrá la fábrica, que son alrededor de unos 60.000€. Otra maquinaria importante en nuestro proceso y con un valor elevado son las marmitas, máquinas donde se cocerá el producto, en este caso, hemos elegido hacer otro leasing a 4 años por un importe aproximado de 18.000€. El resto del monto hasta 116000€ solicitaremos un préstamo a 5 años.

Los socios aportarán un capital de 60.000€ en metálico que serán repartido al 50%.

Dultensa intentará obtener una rebaja en la Seguridad Social por los empleados que contrate, de esta manera intentaremos contratar a gente que esté en determinada circunstancia para que Dultensa pueda obtener gracias a su contratación una rebaja en la cuota de la Seguridad Social.

2. Constitución, datos de la empresa y requisitos

2.1 Forma jurídica:

Se ha escogido una Sociedad Limitada porque no existe límite de socios, hay un mínimo de capital que aportar al constituir la sociedad siendo éste de 3000€, la responsabilidad social de los socios es limitada, por tanto éstos no responderán con sus bienes patrimoniales ante cualquier situación difícil de la empresa. Los trámites burocráticos son relativamente sencillos tanto para la constitución como en el funcionamiento; nada tienen que ver con los trámites relativos a una sociedad anónima en la cual el capital a invertir también será bastante más elevado (60.000€). Tampoco hemos escogido ser autónomos porque estos si deberían responder a las deudas con sus bienes, es decir, su capital social es ilimitado.

-Fecha de constitución:

Se ha procedido a dar de alta a la Sociedad el 01.10.2015.

-Nombre o razón social.

Al constituir la sociedad, hemos indicado el nombre de unos de los socios fundadores, Andrés Mesa Duque. Como denominaciones solicitadas, hemos puesto como primera opción “MERMELADAS LA ABUELITA” y como segunda opción “DULTENSA”.

-Escritura de la constitución

-Número de socios (trabajadores y capitalistas) y función de los mismos

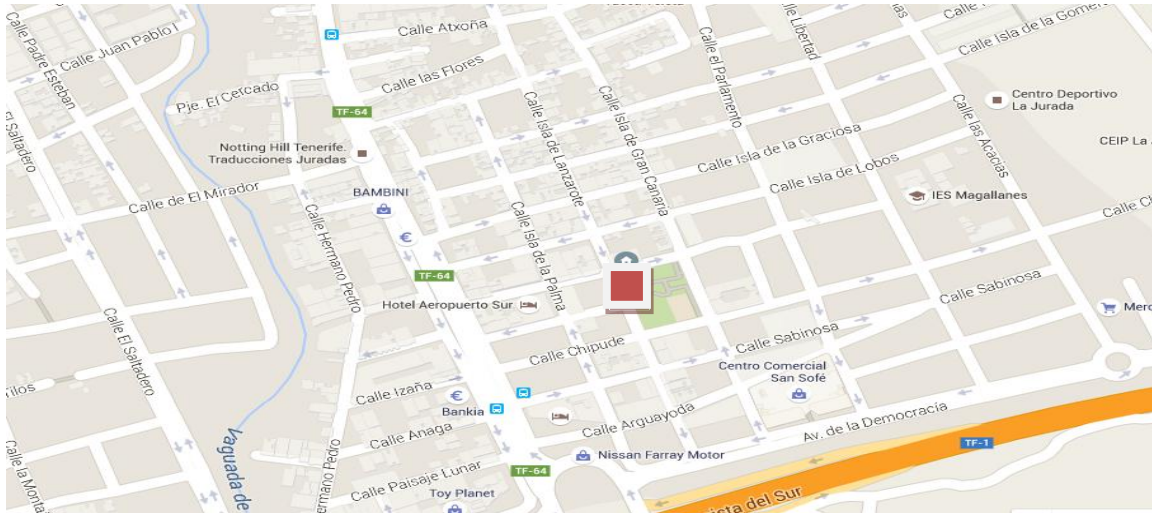
Andrés Mesa Duque	Socio trabajador con un 50% de la sociedad
Fernando Pérez Reyes	Socio trabajador con un 50% de la sociedad

FUNCIÓN DEL TRABAJADOR	HORARIO
CONTABLE	8H A 17.00H (1h. almuerzo)
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	7.30H A 13.30H/ 16.00H A 18.00H
REPARTIDOR	8.00 H A 16.30H(30min.almuerzo)
COMERCIAL	9.00 H A 17.30H (30min.almuerzo)
OPERARIO EN PROCESO PRODUCCIÓN	7.30H A 16.00H (30min.almuerzo)
OPERARIO EN PROCESO PRODUCCIÓN	7.30H A 16.00H (30min.almuerzo)
OPERARIO EN PROCESO PRODUCCIÓN	8.00H A 13.00H / 15.00H A 18.00H
OPERARIO EN PROCESO PRODUCCIÓN	8.00H A 13.00H / 15.00H A 18.00H

-Realización del acta de fundación y constitución de la sociedad.

2.2 Localización física de la empresa

-Plano de situación del local donde vamos a ubicar nuestra empresa en el que se indique el nombre de la calle y número donde esté ubicado.



-Plano de nuestra empresa:

- Situación de despachos, cuartos de baño, almacén, etc.
- Certificado de eficiencia energética.
- Análisis externo de los factores que influyen en la actividad empresarial.
- Normas legales básicas que regulan la actividad elegida.
- Subvenciones, etc.

Tras la búsqueda de las diferentes subvenciones a las que pudiéramos acogernos, no hemos encontrado ninguna compatible con nuestra actividad. Dultensa solo intentará obtener subvenciones a través de la contratación de empleados.

- Solicitar el epígrafe del impuesto de actividades económicas.
- Localización de las principales empresas competidoras.

Las empresas existentes en Tenerife dedicadas a la fabricación de mermeladas se encuentran en el noreste de la isla, y la fábrica de Dultensa está en el sur. Las separarán alrededor de unos 60km al menos.



-Solicitar y cumplimentar los siguientes formularios:

-Licencia de obras (aunque no se vayan a realizar obras)

El local del que disponemos estaba perfectamente acondicionado y dividido tal y como queríamos, no tendremos que hacer obras.

-Licencia de aperturas.

Nuestra actividad es considerada actividad clasificada, este tipo de actividades son aquellas que por sus características, originan molestias o peligros para la tranquilidad, seguridad o salubridad generales. Según la ordenanza nº6/1989 del Ayuntamiento de Granadilla de Abona, Dultensa se debe solicitar en primer lugar, una consulta previa para el ejercicio de actividades. Con la resolución de este documento, dará vía libre a la empresa para solicitar la comunicación previa de instalación y/ o apertura para el ejercicio de actividades clasificadas (lo que todos conocemos como licencia de apertura).”

-CIF de la empresa.

3. Estadística y estudios económicos.

3.1 Distribución y tratamiento de encuestas.

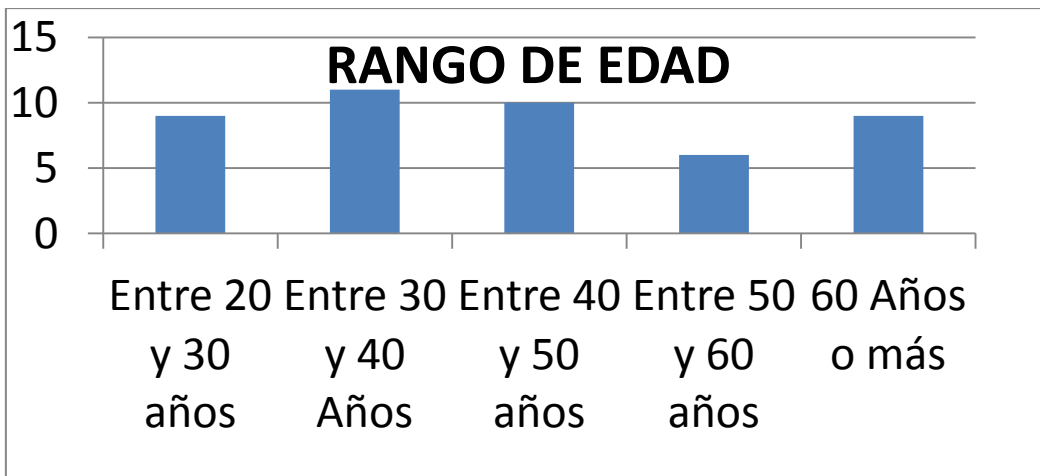
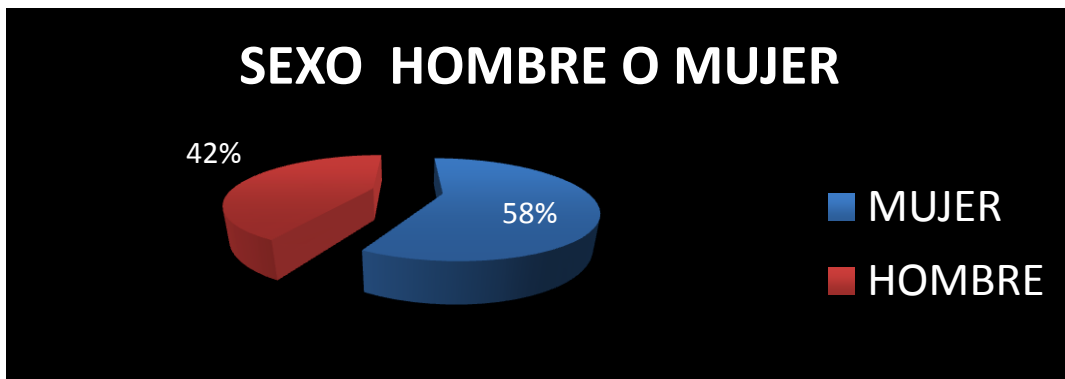
Delimitar los objetivos a cubrir con la encuesta (Tipo de preguntas que se van a realizar).Para ello hay que realizar 30 encuestas y con un mínimo de seis preguntas. Con respecto a los encuestados, calcular su edad media por grupo y la edad media total de los encuestados y su sexo

3.2 Encuesta

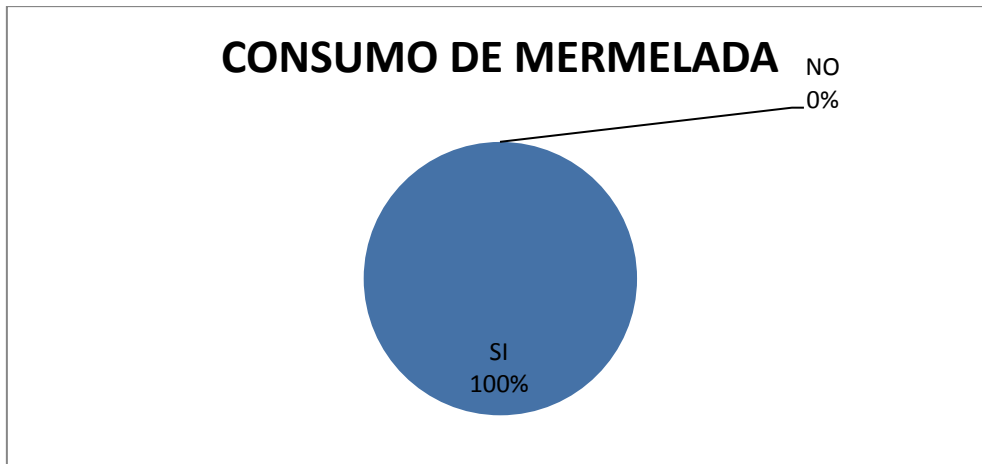
Esta encuesta está basada en la zona sur de Tenerife. Se han hecho 45 encuestas divididas entre los municipios desde Candelaria hasta Guía de Isora.

La empresa Dultensa con la intención de sacar el mayor partido a la encuesta ha elegido la zona sur de la isla porque era conocedora de la escasa competencia de la zona. Hay alguna pequeña empresa que se dedique al sector pero se encuentran en la zona noreste de la isla.

Dultensa situará su empresa en el municipio de Granadilla de Abona y por tanto, será algo céntrico si habláramos de los municipios encuestados.

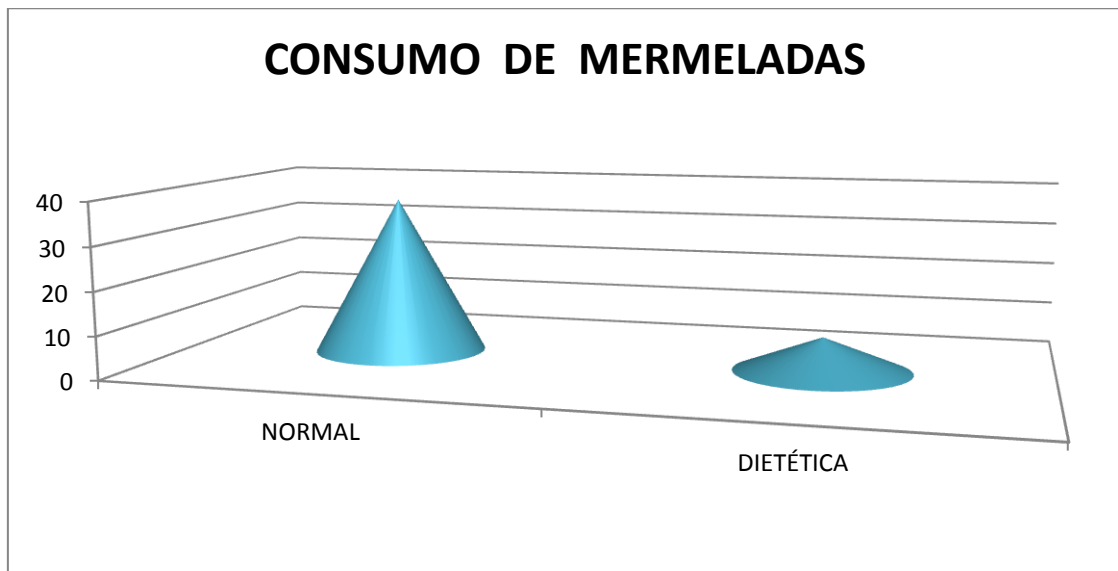


¿CONSUME USTED MERMELADA?



El 100% de los encuestados consume mermeladas en su unidad familiar.

¿CONSUME MERMELADAS NORMALES O DIETÉTICAS?



Con los resultados obtenidos, hemos comprobado que con una diferencia significativa los encuestados consumen más mermelada azucarada que dietética.

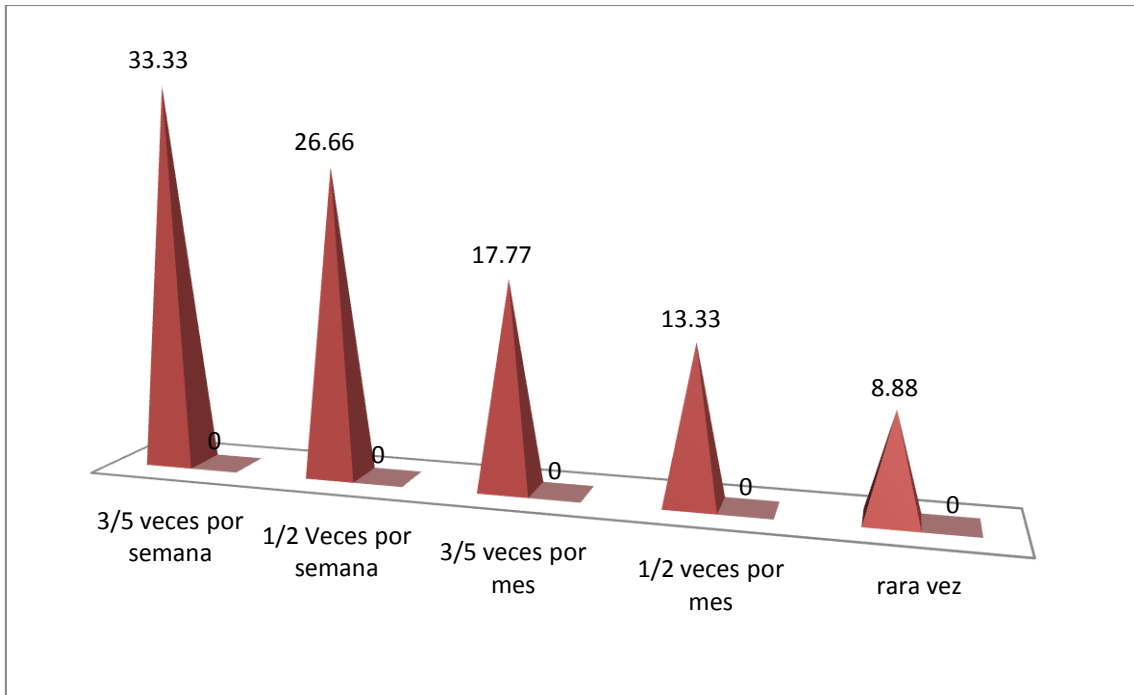
-Los consumidores de mermeladas dietéticas acusaban su uso a enfermedades como la diabetes, lo que les impide hacer uso de una mermelada azucarada o al simple hecho de cuidarse ya que es sabido por todos que las mermeladas tienen alto contenido en azúcar, lo que conlleva una gran ingesta de calorías.

-Con este resultado obtenido, Dultensa S.L. apostará por una mayor variedad de productos azucarados y una menor cantidad de productos dietéticos.

¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME MERMELADA?

La frecuencia es un dato en el que hay varias diferencias. A pesar de que todos los encuestados consumen mermeladas, la variedad en la frecuencia es bastante acusada. Aquí tenemos los

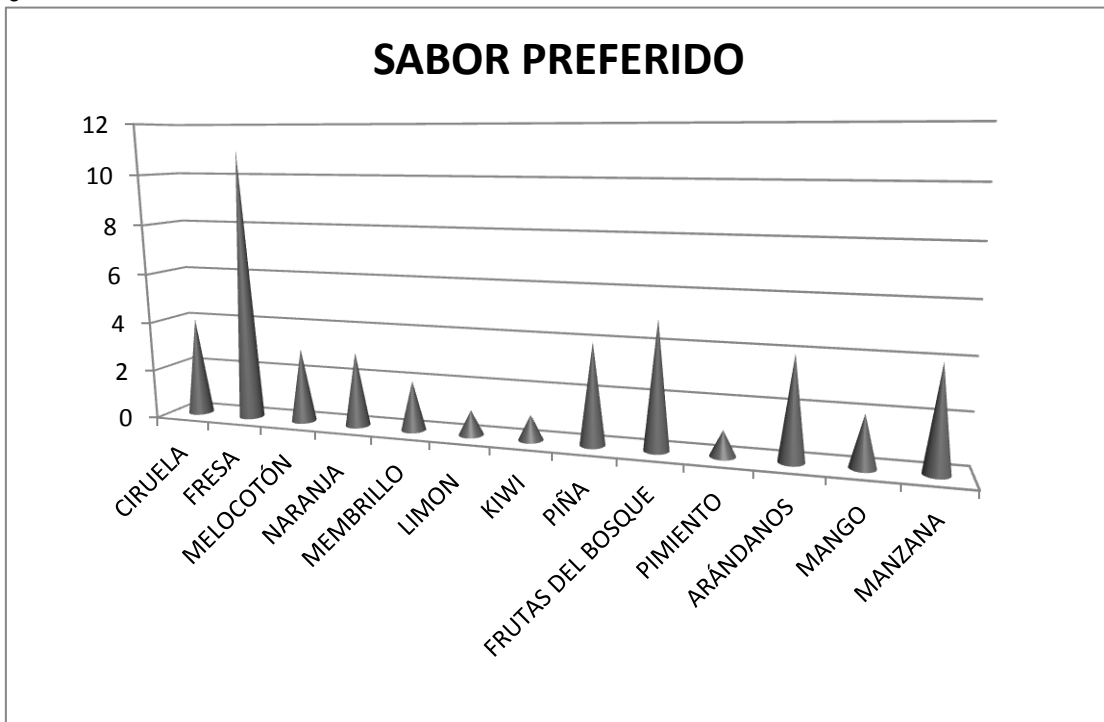
porcentajes obtenidos:



-De los resultados obtenidos en esta pregunta, Dultensa S.L. tiene una visión de la cantidad de veces que se consume mermelada en el hogar encuestado.

-De este hecho y sin ser un número significativo de encuestados, podemos observar que en la mayoría de hogares el consumo es semanal, lo que permite a Dultensa S.L. pensar en que cada hogar se consume al menos dos botes de mermelada mensual, lo que sería una buena media si eligiera La Abuelita como su mermelada preferida.

¿CUAL ES SU SABOR PREFERIDO?

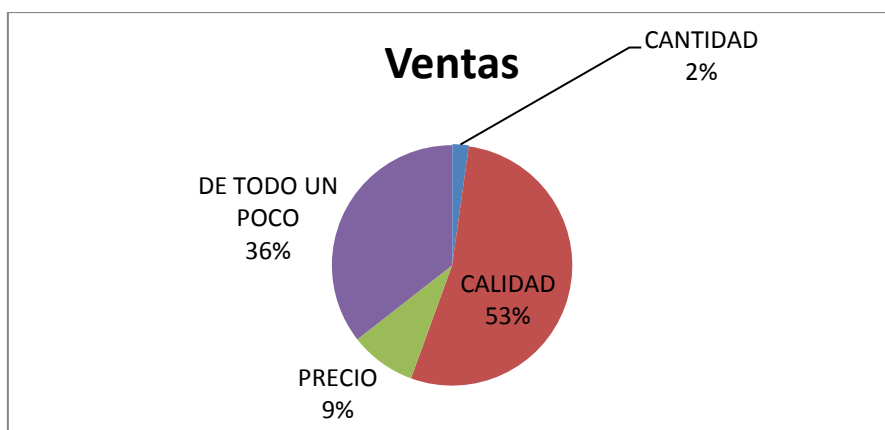


A pesar de que preguntas como esta son de respuesta muy amplia y variada, se puede observar que el sabor preferido es la Fresa.

Dultensa S.L. no fabricará mermeladas de Fresa, ya que la empresa intenta incentivar el consumo de mermeladas con productos canarios y es sabido por todos que Canarias no es productora de Fresas.

Por otro lado, las Fresas son un producto no excesivamente barato y a Dultensa S.L. le sería imposible competir en precios con marcas como Hero o Helio, que además de tener un nombre en el mercado tienen una producción a nivel nacional imposible de alcanzar en estos primeros pasos de una empresa como Dultensa S.L.

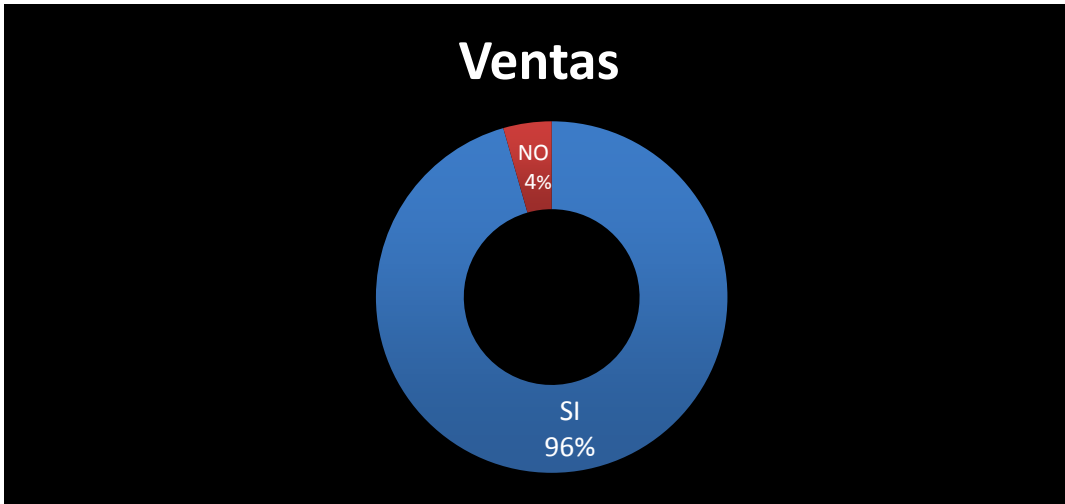
¿EN QUE SE FIJA A LA HORA DE COMPRAR MERMELEDA?



-La gran mayoría de los encuestados reconoce que la calidad es lo primero en lo que se fija a la hora de comprar una mermelada. Aunque otra gran parte de los encuestados reconoce mirar de todo un poco; la calidad, la cantidad y el precio.

-Por tanto Dultensa pretende sacar el mejor producto a un precio razonable teniendo en cuenta la calidad de los productos que utilizará.

¿CONSUMIRIA USTED MERMELEDA DE PRODUCTOS CANARIOS?



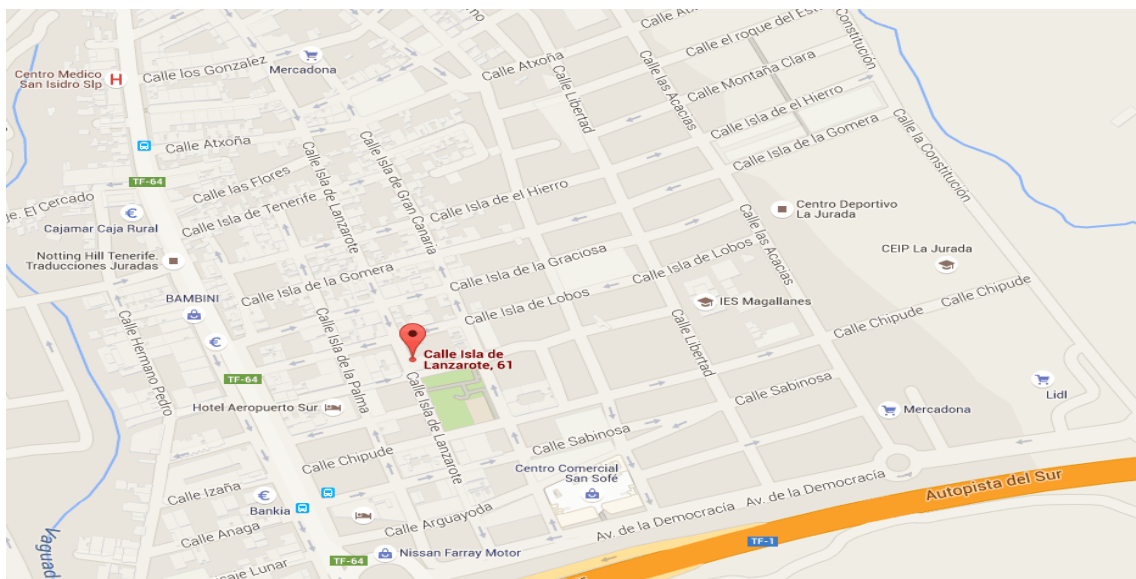
-El 96% de los encuestados ha respondido si a probar el producto de una fábrica de mermeladas que produjera en su zona.

-Totalmente positivo este porcentaje para Dultensa S.L. La empresa deberá darse a conocer para que los consumidores sepan de la existencia de una fábrica de mermeladas cerca de su casa, esto generalmente aporta confianza, si apostamos por el consumo de productos locales obteniendo un producto irresistible será la mejor manera de obtener un nuevo cliente.

4. ANALISIS DEL SECTOR E INVERSIÓN

4.1 Análisis del sector:

-Situación geográfica de las instalaciones



4.2 Carta de Productos

CARTA DE PRODUCTOS DIETÉTICOS *LA ABUELITA*



MERMELADA DE HIGOS
DE LECHE
BOTE DE 235ML
MONODOSIS DE 15ML



MERMELADA DE HIGOS
PICOS
BOTE DE 235 ML
MONODOSIS DE 15 ML



MERMELADA DE MANZANAS
BOTE DE 235 ML
MONODOSIS DE 15 ML



MERMELADA DE MEMBRILLO
BOTE DE 235 ML
MONODOSIS DE 15 ML



MERMELADA DE PIMIENTOS
BOTE DE 235 ML
MONODOSIS DE 15 ML



MERMELADA DE TOMATE
BOTE DE 235 ML
MONODOSIS DE 15 ML

CARTA DE PRODUCTOS *LA ABUELITA*



MERMELADA DE PIMIENTOS
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE TOMATE
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE SUSAIÑO
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE CIRUELA
Bote 235 ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE HIGOS DE LECHE
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE HIGOS PICOS
Bote 235ml
Monodosis 15 ml



MERMELADA DE KIWI
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE KIWI
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE MANZANA
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE MELOCOTÓN
Bote 235ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE MEMBRILLO
Bote 235 ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE PAPAYA
Bote 235 ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE PLÁTANO
Bote 235 ml
Monodosis 15ml



MERMELADA DE GUAYABA
Bote 235ml
Monodosis 15ml.

-Diferencias de nuestro producto con respecto a la competencia: Dultensa S.L. será mayorista en mermeladas de productos Canarios y llegará por tanto a todos los puntos de ventas de las islas. Lo que hace pensar la primera diferencia entre las pequeñas empresas ya existentes, que solo distribuyen su producto en pequeños comercios de delicatessen donde se venden productos Canarios. Ellos sólo distribuyen sus productos en botes pero no en monodosis. Dultensa se diferenciará de ellos también en eso. Tendrá su producto en monodosis de 15ml que distribuirá por cafeterías, hoteles y demás lugares para que los clientes puedan probar un producto canario en su desayuno o tentempié. Otra diferencia es que Dultensa tendrá una carta de 16 productos azucarados y 6 dietéticos, por tanto, será mucha más amplia la producción y variedad de productos que la que poseen las empresas existentes en Tenerife.

4.3 Cuadro resumen de inversión:

-Gastos de mobiliario, Elementos de transporte, Gastos de material informático, Gastos de maquinaria, Materias primas, etc.

CUENTA	CONCEPTO	CANTID	Pr. unit	TOTAL	IGIC	T. + IGIC	Pres. 5 años	Leasing 4 año	Leasing 10	Renting 4 añ	CAPITAL
206	APLICACIONES INFORMÁTICAS										
	Kaspersky Anti-Virus 2016	1	24.25	24.25 €	1.70 €	25.9475					
	Aplicaciones de Office básicas: W	1	65.33	65.33 €	4.57 €	69.9031					
	Programa de contabilidad	1	88.78	88.78 €	6.21 €	94.9946					
				178.36 €	12.49 €	190.8452					190.85 €
213	MAQUINARIA										
	Carro grande bandejero G/N 1/1	2	336.45	672.90 €	47.10 €	720.003					
	Carro pequeño 2 niveles para pon	1	149.53	149.53 €	10.47 €	159.9971					
	Kit de estanterías para cámara de	4	641.03	2,564.12 €	179.49 €	2743.6084					
	Kit de estanterías para cámara de	4	848.41	3,393.64 €	237.55 €	3631.1948					
	MARMITA ELÉCTRICA 200 LITR	2	8,645	17,289.72 €	1,210.28 €	18500.0004		17,289.72 €			1,210.28 €
	Lavavajillas marca fagor modelo C	1	2,046.00	2,046.00 €	143.22 €	2189.22					
	Cámara de mantenimiento de frut	1	4671	4,671.00 €	326.97 €	4997.97					
	Termosellador	1	58,932.40	58,932.40 €	4,125.27 €	63057.668			58,932.40 €		4,125.27 €
	Etiquetadora semiautomática	1	763.18	763.18 €	53.42 €	816.6026					
	Triturador	1	538.32	538.32 €	37.68 €	576.0024					
	Soplado de aire caliente	2	32.71	65.42 €	4.58 €	69.9994					
	Abatidor de temperatura	1	1793.46	1,793.46 €	125.54 €	1919.0022					
				92,879.69 €	6,501.58 €	99381.2683	17,823.60 €				

214 UTILLAJE													
EXPRIMIDOR PALANCA NARA	4	228.04	912.16 €	63.85 €	976.0112								
Pesa 20 kg 255x220 mm	1	83.18	83.18 €	5.82 €	89.0026								
Cuchillo de cocina Referencia: 17	10	4.5	45.00 €	3.15 €	48.15								
Cucharón de madera artesanal t	1	11.35	11.35 €	0.79 €	12.1445								
CONTENEDOR 18 L - 164.92	10	14.02	140.20 €	9.81 €	150.014								
RACK PARA 6 TABLAS DE CO	1	14.95	14.95 €	1.05 €	15.9965								
ESPUMADERA ALAMBRE INO	1	17.24	17.24 €	1.21 €	18.4468								
TABURETE PLEGABLE ACERO	1	18.64	18.64 €	1.30 €	19.9448								
TIJERAS DE COCINA 215 MM	2	5.79	11.58 €	0.81 €	12.3906								
COLADOR CHINO INDUSTRIAL	2	30.9	61.80 €	4.33 €	66.126								
Guantes térmicos	6	1.5	9.00 €	0.63 €	9.63								
Carretillas plegables telescópi	1	35.51	35.51 €	2.49 €	37.9957								
Aplicador cinta manual adhesi	1	16.62	16.62 €	1.16 €	17.7834								
			1,377.23 €	96.41 €	1473.6361	1,473.64 €							
215 OTRAS INSTALACIONES													
Fregadero 2 cubetas	2	620.8	1,241.60 €	86.91 €	1328.512								
PEDAL DE UN AGUA MM 1/2"	2	56	112.00 €	7.84 €	119.84								
GRIFO BAJO DUCHA MANDO	2	235	470.00 €	32.90 €	502.9								
Presurizador de aire	1	2,644.63	2,644.63 €	185.12 €	2829.7541								
ALARMA	1	582.24	582.24 €	40.76 €	623								
Aire acondicionado Multisplit 2x	1	820.4	820.40 €	57.43 €	877.828								
			5,870.87 €	410.96 €	6281.8341	6,281.83 €							

216 MOBILIARIO													
MESA MARMITA	2	380.1	760.20 €	53.21 €	813.414								
Mesa de corte 1600*700*850mm	1	648.2	648.20 €	45.37 €	693.574								
Silla Rocada RD-930 Ruedas	2	83.57	167.14 €	11.70 €	178.8398								
Silla Rocada RD-965 Confidente	3	34.355	103.07 €	7.21 €	110.27955								
Mesa de trabajo en forma de L 1	2	194.991	389.98 €	27.30 €	417.28074								
Papelera de oficina	2	4.26	8.52 €	0.60 €	9.1164								
Estantería para almacén para ur	12	74.38	892.56 €	62.48 €	955.0392								
Estantería con balda metálica M	1	84.297	84.30 €	5.90 €	90.19779								
			3,053.96 €	213.78 €	3267.74148	3,267.74 €							
217 EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACIÓN													
Impresora Multifunción Láser - S	1	1052.8	1052.8	73.696	1126.496								
Ordenador Hp 13,3" MJVG2Y/A	1	760.7	760.7	53.249	813.949								
teléfono Kit Panasonic KX-TGF3	1	86.45	86.45	6.0515	92.5015								
Caja REGISTRADORA CASIO S	1	150.7	150.7	10.549	161.249								
Impresora Termica	1	288.9	288.9	20.223	309.123								
			2339.55	163.7685	2503.3185	2,503.32 €							
218 ELEMENTO DE TRANSPORTE													
Modelo renault traffic L1 Van DC	1	16,238.30	16238.3	1136.681	17374.981					17,374.98 €			
Modelo peugeot partner 1.6 HDI	1	7,380	7380	516.6	7896.6	7,896.60 €							
			23618.3	1653.281	25271.581								
			9052.2577	138370.225	39,246.73 €	17,289.72 €	58,932.40 €	17,374.98 €		5,526.39 €			138,370.22 €

5. PRECIOS Y VENTAS DE NUESTROS PRODUCTOS

5.1 Cartera de productos y precios

CARTA DE PRODUCTOS ***LA ABUELITA***

				
MERMELADA DE PIMIENTOS Bote: 1.48€ Monodosis: 0.11€	MERMELADA DE TOMATE Bote: 1.45€ Monodosis: 0.11€	MERMELADA DE CALABACIN Bote: 1.21€ Monodosis: 0.09€	MERMELADA DE CIRUELA Bote: 1.29€ Monodosis: 0.10€	MERMELADA DE HIGOS DE LECHE Bote: 1.35€ Monodosis: 0.10€
				
MERMELADA DE HIGOS PICOS Bote: 2.08€ Monodosis: 0.15€	MERMELADA DE KIVI Bote: 1.75€ Monodosis: 0.13€	MERMELADA DE MANGO Bote: 1.39€ Monodosis: 0.10€	MERMELADA DE MANZANA Bote: 1.14€ Monodosis: 0.09€	MERMELADA DE MELOCOTÓN Bote: 1.63€ Monodosis: 0.12€
				
MERMELADA DE MEMBRILLO Bote: 0.99€ Monodosis: 0.08€	MERMELADA DE PAPAYA Bote: 2.12€ Monodosis: 0.15€	MERMELADA DE PLÁTANO Bote: 1.52€ Monodosis: 0.11€	MERMELADA DE GUAYABA Bote: 1.60€ Monodosis: 0.12€	

CARTA DE PRODUCTOS DIETÉTICOS ***LA ABUELITA***

		
MERMELADA DE HIGOS DE LECHE BOTE : 2.00€ MONODOSIS : 0.13€	MERMELADA DE HIGOS PICOS BOTE: 2.54€ MONODOSIS: 0.16€	MERMELADA DE MANZANAS BOTE : 1.48€ MONODOSIS : 0.10€
		
MERMELADA DE MEMBRILLO BOTE : 1.33€ MONODOSIS: 0.09€	MERMELADA DE PIMIENTOS BOTE : 2.11€ MONODOSIS: 0.14€	MERMELADA DE TOMATE BOTE : 2.15€ MONODOSIS : 0.14€

5.2 Política de precios:

-Métodos de fijación y estrategias elegidas.

Gracias a haber estudiado cuales son los costes de producción de la empresa, Dultensa S.L. ya sabe aproximadamente cuál es el coste de su producto, teniendo en cuenta que su materia prima, la fruta, varía de precios constantemente. Aún así, se ha hecho media para saber cuál será el precio de coste de las *Mermeladas La Abuelita*. Dultensa S.L. fabricará 14 mermeladas azucaradas y 6 dietéticas, las dietéticas, a pesar de tener la misma fruta que una azucarada, el precio es diferente ya que la sacarina conlleva un incremento de precio en cuanto al azúcar convencional utilizado en las mermeladas azucaradas.

Hemos de tener en cuenta que Dultensa S.L. es una empresa Mayorista que distribuirá su producto a empresas minoristas que son quienes venderán su producto a los clientes finales. Teniendo en cuenta este hecho, Dultensa no podrá aumentar el precio del producto todo lo deseado ya que el precio final de su producto se verá incrementado debido al porcentaje que aumentará el minorista. Por tanto, Dultensa ha optado a que incrementará al menos un 70% de su precio de coste a todos los productos azucarados y a los productos dietéticos hará una diferencia entre botes y Monodosis. Los botes se verán incrementados en un 110% y las Monodosis en un 90%, incremento que ayudará a solventar los gastos ocasionados en el proceso de producción tales como Suedos, alquileres, suministros, etc. En la siguiente tabla se muestra cuál es el precio de coste que tiene Dultensa, cual el precio de venta, añadiéndole un 70%, un 90% y un 110% y el precio final al que el consumidor comprará las *Mermeladas La Abuelita* añadido ya un 20% de ganancia para el minorista.

5.3 PRESENTACIÓN DEL CUADRO DE PRECIOS.

		BOTES			MONODOSIS		
		PRECIO COSTO	PRECIO VENTA	PRECIO FINAL	PRECIO COSTO	PRECIO VENTA	PRECIO FINAL
MERMELADAS DIETÉTICAS	MANZANA	0,71 €	1,48 €	1,78 €	0,05 €	0,10 €	0,12 €
	MEMBRILLO	0,63 €	1,33 €	1,60 €	0,05 €	0,09 €	0,11 €
	HIGOS DE LECHE	0,95 €	2,00 €	2,39 €	0,07 €	0,13 €	0,16 €
	PIMIENTO	1,01 €	2,11 €	2,53 €	0,07 €	0,14 €	0,17 €
	TOMATE	1,03 €	2,15 €	2,58 €	0,07 €	0,14 €	0,17 €
	HIGOS PICOS	1,21 €	2,54 €	3,05 €	0,09 €	0,16 €	0,20 €
MERMELADAS AZUCARADAS	CIRUELAS	0,76 €	1,29 €	1,55 €	0,06 €	0,10 €	0,12 €
	HIGOS DE LECHE	0,79 €	1,35 €	1,62 €	0,06 €	0,10 €	0,12 €
	HIGOS PICOS	1,23 €	2,08 €	2,50 €	0,09 €	0,15 €	0,18 €
	KIWI	1,03 €	1,75 €	2,10 €	0,07 €	0,13 €	0,15 €
	MANGO	0,82 €	1,39 €	1,67 €	0,06 €	0,10 €	0,12 €
	MANZANA	0,67 €	1,14 €	1,37 €	0,05 €	0,09 €	0,11 €
	MELOCOTÓN	0,96 €	1,63 €	1,96 €	0,07 €	0,12 €	0,14 €
	MEMBRILLO	0,58 €	0,99 €	1,19 €	0,05 €	0,08 €	0,09 €
	PAPAYA	1,25 €	2,12 €	2,54 €	0,09 €	0,15 €	0,18 €
	PLATANO	0,89 €	1,52 €	1,82 €	0,07 €	0,11 €	0,13 €
	GUAYABA	0,94 €	1,60 €	1,92 €	0,07 €	0,12 €	0,14 €
	CALABACIN	0,71 €	1,21 €	1,45 €	0,05 €	0,09 €	0,11 €
	PIMIENTO	0,87 €	1,48 €	1,78 €	0,06 €	0,11 €	0,13 €
	TOMATE	0,85 €	1,45 €	1,73 €	0,06 €	0,11 €	0,13 €

5.4 Precios de la competencia y Estudio de Mercado.

En este siguiente cuadro podremos obtener los precios de las marcas de nuestra competencia y así comprobar que Dultensa se quedará en el precio por debajo de su competencia, para que la gente se decante por nuestro producto y no por el de ellos.



Mermeladas de:
Membrillo 1.75€
Higos:2.43€
Plátano:2.49€



Mermeladas de:
Membrillo 1.79€
Higos:2.55€
Plátano:2.70€

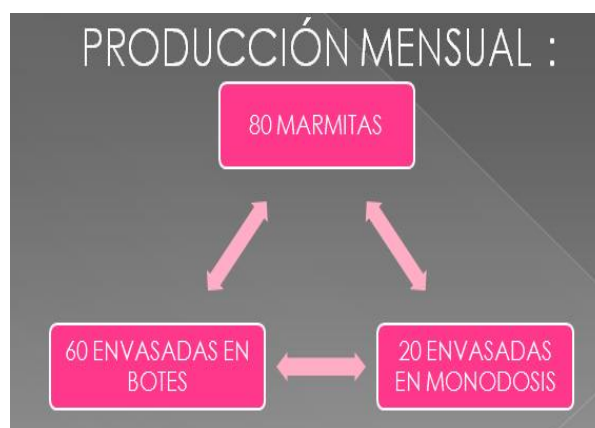
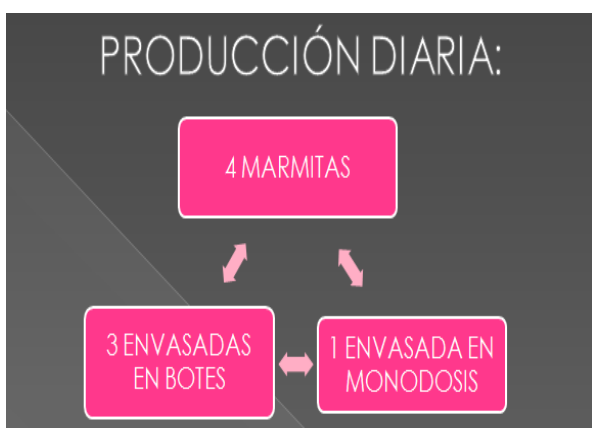


Mermeladas de:
Membrillo 0.99€
Higos:2.08€
Plátano:1.52€

Esta comparativa de precios se hace con reglas de tres para saber el precio que ellos pondrían a un bote de 235ml como el de *La Abuelita* ya que ninguno coincide en el tamaño de su recipiente con el nuestro. Los botes que utiliza Palmelita tienen una capacidad de 314ml, y los de Don Canario son de 250ml, es decir, las dos empresas trabajan con recipientes mayores.

5.5 Las ventas

-Previsión de ventas: Para controlar nuestras ventas, primero debemos saber lo que nuestra fábrica produciría.



Nuestras ventas:

La empresa tiene como posibles clientes varios hoteles de la isla, cafeterías, tiendas de souvenir y demás lugares donde se promocionan los productos canarios. Presentamos una “previsión de ventas anuales” para que se pueda observar cuales son los clientes que previsiblemente tendremos y la cantidad de productos que nos podrían comprar anualmente.

CIENTES DE BOTES	%	TOTAL ANUAL	MERMELADAS DIETÉTICAS						MERMELADAS AZUCARADAS															
			MANZANA	MEMBRILLO	HIGOS DE LEJANE	PIMIENTO	TOMATE	HIGOS NEGROS	CHUJUELAS	HIGOS DE LEJANE	HIGO PICCO	KIWI	MANGO	MANZANA	MELOCOTÓN	MEMBRILLO	PAPA YA	PLATANO	GUAYABA	CALABAZA	PIMIENTO	TOMATE		
1 HIPER DINO	30.00	118,754	4,750	5,938	7,125	7,125	3,563	7,125	7,125	7,125	7,125	7,125	4,750	7,125	5,938	7,125	7,125	4,750	5,938	5,938	3,563	5,938	3,563	118,754
2 GRUPO JESUMÁN	23.00	91,045	3,642	4,552	5,463	5,463	2,731	5,463	5,463	5,463	5,463	5,463	3,642	5,463	4,552	5,463	5,463	3,642	4,552	4,552	2,731	4,552	2,731	91,045
3 MERCADONA	10.00	39,585	1,583	1,979	2,375	2,375	1,188	2,375	2,375	2,375	2,375	2,375	1,583	2,375	1,979	2,375	2,375	1,583	1,979	1,979	1,188	1,979	1,188	39,585
4 DULCERÍA EL RAYO	4.00	15,834	633	792	950	950	475	950	950	950	950	950	633	950	792	950	950	633	792	792	475	792	475	15,834
5 ABAMA	5.00	19,792	792	990	1,188	1,188	594	1,188	1,188	1,188	1,188	1,188	792	1,188	990	1,188	1,188	792	990	990	594	990	594	19,792
6 MEJIA PALACIO DE ISORA	3.00	11,875	475	594	713	713	356	713	713	713	713	713	475	713	594	713	713	475	594	594	356	594	356	11,875
7 HOTEL BOTÁNICO	3.00	11,875	475	594	713	713	356	713	713	713	713	713	475	713	594	713	713	475	594	594	356	594	356	11,875
8 DULCERÍA LA ESPIGA	2.00	7,917	317	396	475	475	238	475	475	475	475	475	317	475	396	475	475	317	396	396	238	396	238	7,917
9 REST. AREPERA GOMERON	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
10 SUPERM. TORRE DEL SOL	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
11 SUPERM. SIERRA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
12 SUPERM. LA CHUNGA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
13 SUPERM. LA COLUMENA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
14 SUPERM. ALTAVISTA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
15 RESTAURANTE LA FRESQUERA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
16 SUPERM. LUISA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
17 DULCERÍA DOÑA MAGDALENA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
18 SUPERM. EL TEJAR	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
19 SUPERM. LA TORRITA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
20 LA CASA DE LOS BALCONES	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
21 SUPERM. TENEGÜÍA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
22 SUPERM. SALAZAR I	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
23 SUPERM. GARCÍA	1.00	3,958	158	198	238	238	119	238	238	238	238	238	158	238	198	238	238	158	198	198	119	198	119	3,958
24 SUPERM. BARROSO	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
25 SUPERM. ROQUELO	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
26 SUPERM. TIERRA Y LIMONES	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
27 SUPERM. CHINA	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
28 SUPERM. EL CARRO BARATO	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
29 REST. LOS PERALES	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
30 REST. LA DUQUESA	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
31 REST. SUNKING	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
32 REST. NAUTA	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
33 REST. SAHARA	0.50	1,979	79	99	119	119	59	119	119	119	119	119	79	119	99	119	119	79	99	99	59	99	59	1,979
TOTALES	100	395,847																						395,847

TOTAL DE BOTES A VENDER		395847	MERMELADAS DIETÉTICAS										MERMELADAS AZUCADAS										
			MAIZANA	MEMBRILLO	HIGOS DE LECHE	PIMIENTO	TOMATE	HIGOS PKCO	CURULAS	HIGOS DE LECHE	HIGO PKCO	KIWI	MAINGO	MAIZANA	MELOCOTÓN	MEMBRILLO	PAPAYA	PLATANO	GUAYABA	CALABACÍN	PIMIENTO	TOMATE	
CLIENTES DE MONODOSIS	%	TOTAL ANUAL	4	5	6	6	3	6	6	6	6	4	6	5	6	6	4	5	5	3	5	3	100
1 COSTA ADEJE PALACE	9	186,048	7,442	9,302	11,163	11,163	5,581	11,163	11,163	11,163	11,163	7,442	11,163	9,302	11,163	11,163	7,442	9,302	9,302	5,581	9,302	5,581	186,048
2 MELIA JARDINES DEL TEIDE	9	186,048	7,442	9,302	11,163	11,163	5,581	11,163	11,163	11,163	11,163	7,442	11,163	9,302	11,163	11,163	7,442	9,302	9,302	5,581	9,302	5,581	186,048
3 MELIA PALACIO DE ISORA	9	186,048	7,442	9,302	11,163	11,163	5,581	11,163	11,163	11,163	11,163	7,442	11,163	9,302	11,163	11,163	7,442	9,302	9,302	5,581	9,302	5,581	186,048
4 BAHIA DEL DUQUE	8	165,376	6,615	8,269	9,923	9,923	4,961	9,923	9,923	9,923	9,923	6,615	9,923	8,269	9,923	9,923	6,615	8,269	8,269	4,961	8,269	4,961	165,376
5 ABAMA	7	144,704	5,788	7,235	8,682	8,682	4,341	8,682	8,682	8,682	8,682	5,788	8,682	7,235	8,682	8,682	5,788	7,235	7,235	4,341	7,235	4,341	144,704
6 HOTEL BUENAVISTA	6	124,032	4,961	6,202	7,442	7,442	3,721	7,442	7,442	7,442	7,442	4,961	7,442	6,202	7,442	7,442	4,961	6,202	6,202	3,721	6,202	3,721	124,032
7 HOTEL LOS SILOS	5	103,360	4,134	5,168	6,202	6,202	3,101	6,202	6,202	6,202	6,202	4,134	6,202	5,168	6,202	6,202	4,134	5,168	5,168	3,101	5,168	3,101	103,360
8 HOTEL BELIVE EXPERIENCE OROTAVA	5	103,360	4,134	5,168	6,202	6,202	3,101	6,202	6,202	6,202	6,202	4,134	6,202	5,168	6,202	6,202	4,134	5,168	5,168	3,101	5,168	3,101	103,360
9 HOTEL IBEROSTAR GRAN HOTEL MENCEY	4	82,688	3,308	4,134	4,961	4,961	2,481	4,961	4,961	4,961	4,961	3,308	4,961	4,134	4,961	4,961	3,308	4,134	4,134	2,481	4,134	2,481	82,688
10 GARAHOTEL GARACHICO	4	82,688	3,308	4,134	4,961	4,961	2,481	4,961	4,961	4,961	4,961	3,308	4,961	4,134	4,961	4,961	3,308	4,134	4,134	2,481	4,134	2,481	82,688
11 HOTEL EL PARADOR DE LAS CAÑADAS	4	82,688	3,308	4,134	4,961	4,961	2,481	4,961	4,961	4,961	4,961	3,308	4,961	4,134	4,961	4,961	3,308	4,134	4,134	2,481	4,134	2,481	82,688
12 ESTAC. DE SERVICIOS EL BOHIO	3	62,016	2,481	3,101	3,721	3,721	1,860	3,721	3,721	3,721	3,721	2,481	3,721	3,101	3,721	3,721	2,481	3,101	3,101	1,860	3,101	1,860	62,016
13 ESTACIÓN EL MIRADOR	3	62,016	2,481	3,101	3,721	3,721	1,860	3,721	3,721	3,721	3,721	2,481	3,721	3,101	3,721	3,721	2,481	3,101	3,101	1,860	3,101	1,860	62,016
14 HOTEL RURAL LA VICTORIA	2	41,344	1,654	2,067	2,481	2,481	1,240	2,481	2,481	2,481	2,481	1,654	2,481	2,067	2,481	2,481	1,654	2,067	2,067	1,240	2,067	1,240	41,344
15 HOTEL STILL LOS GIGANTES	2	41,344	1,654	2,067	2,481	2,481	1,240	2,481	2,481	2,481	2,481	1,654	2,481	2,067	2,481	2,481	1,654	2,067	2,067	1,240	2,067	1,240	41,344
16 HOTEL ARONA GRAN HOTEL	2	41,344	1,654	2,067	2,481	2,481	1,240	2,481	2,481	2,481	2,481	1,654	2,481	2,067	2,481	2,481	1,654	2,067	2,067	1,240	2,067	1,240	41,344
17 LA CASA DE LOS BALCONES	2	41,344	1,654	2,067	2,481	2,481	1,240	2,481	2,481	2,481	2,481	1,654	2,481	2,067	2,481	2,481	1,654	2,067	2,067	1,240	2,067	1,240	41,344
18 CAF. SOLE	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
19 HOTEL NAUTICO	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
20 HOTEL HORIZONTE	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
21 HOTEL ROYAL SUN RESORT	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
22 HOTEL BELIVE FAMILY COSTA LOS GIGANTES	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
23 HOTEL LA CHIRIPA GARDENS	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
24 HOTEL ALHAMBRA	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
25 CAF. FORVM	1	20,672	827	1,034	1,240	1,240	620	1,240	1,240	1,240	1,240	827	1,240	1,034	1,240	1,240	827	1,034	1,034	620	1,034	620	20,672
26 HOTEL RURAL LA OROTAVA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
27 CAF. EL LIMÓN	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
28 CAF. LA RAMAL	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
29 CAF. LA FONTANA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
30 CAF. REINA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
31 CAF. LOS ROQUES	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
32 CAF. LA CAFEINA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
33 CAF. YARACUY	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
34 CAF. MANHATTAN	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
35 CAF. HARING	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
36 CAF. ÉBANO	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
37 CAF. LA BOTICA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
38 CAF. A BABOR	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
39 CAF. JUNCAR DRAGO	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
40 CAF. FLORIDA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
41 CAF. LOS NOVENTA	0.5	10,336	413	517	620	620	310	620	620	620	620	413	620	517	620	620	413	517	517	310	517	310	10,336
TOTALES	100	2,067,200																					TOTAL 2,067,200

5.6 Canales de distribución. Distribución propia.

Dultensa S.L. tendrá una distribución propia a cargo de un repartidor. Esta persona será la encargada de servir todos los pedidos que se hayan realizado a la fábrica en un plazo máximo de 72 horas.

Lunes: se surtirán los grandes establecimientos. Que están situados en los Polígonos industriales de Granadilla (Mercadona); El Mayorazgo (Grupo Jesumán); y el Polígono Industrial de Güimar (HiperDino)

Martes: surtirá los pedidos generados para la zona sur de la isla, desde Los Gigantes hasta el Médano)

Miércoles: surtirá los pedidos generados en la zona norte (Desde Buenavista hasta La Orotava).

Jueves: Se reservará este día para la zona Candelaria, Santa Cruz y Laguna.

Viernes: este día quedará reservado para solventar pedidos de urgencia, o para cubrir algún pedido que haya quedado sin hacer en los días anteriores.

5.7 Recursos humanos necesarios para las ventas (Funciones y organización) el vendedor y sus funciones.

Dultensa S.L. tendrá a un comercial en la calle encargado de:

-Captar clientes

-Hacer pedidos

-Explicar las promociones y ofertas disponibles que Dultensa saque al mercado.

-Llevará pequeñas muestras del producto para demostrar a sus clientes la calidad del producto que vende.

-Proporcionar un trato educado y cercano.

-Resolver dudas sobre el servicio.

-Dar servicio postventa ya que la empresa no contará con un departamento posventa específico, comprobando el grado de satisfacción o insatisfacción de los clientes y atendiendo las reclamaciones de los mismos.

Esta persona estará previamente preparada; conocerá los beneficios y características del producto, tendrá todos los datos del proceso de elaboración, pasará días en la fábrica para que conozca de primera mano el proceso productivo que se hace para obtener el producto final.

Además se le formará para que conozca las condiciones de venta, que maneje el producto con soltura y que además tenga clarísimas las condiciones que Dultensa creará en sus precios.

6. GASTOS

6.1 Plan de publicidad

En los comienzos de Dultensa, la empresa ha pensado que debe darse a conocer con una buena campaña publicitaria. En los primeros 6 meses va a compaginar campaña publicitaria en Radio y en Prensa. En la Prensa será en la portada del Diario de Avisos dos días por semana. Compaginando esta campaña estará la Radio en la que habrá otro spot que durará 20 segundos y que se repetirá 5 veces al día. Además de la prensa y la Radio, Dultensa hará campaña publicitaria en los principales supermercados con una promotora que estará en dichos lugares dos días a la semana (viernes y sábado) y que permitirá al público conocer y probar el producto y se le hará el regalo de un imán cuando el cliente decida adquirirlo. Tanto la Prensa como la promotora, Dultensa lo mantendrá a lo largo de los primeros 6 meses. Una vez pasado este tiempo, continuará con la Radio y añadirá una campaña publicitaria en las guaguas de la isla. También se pondrá publicidad en la murga Diablos Locos debido a que los carnavales tienen una gran notoriedad.

6.2 Presupuestos de costes

Cuadro resumen de los costes previstos para los tres primeros años de actividad.

-Costes de publicidad.

-Costes de la promoción de ventas.

-Costes de relaciones públicas.

Se va a presentar el siguiente cuadro como cuadro resumen de los costes fijos que son los que equivaldrían al grupo 62 de contabilidad.

		BASE IMPONIBLE	RETENCIÓN	IGIC	TOTAL
TOTAL 2015	TOTAL TRIMESTRE	15.124,60 €	498,53 €	921,34 €	15.618,45 €
TOTAL 2016	1º TRIMESTRE	11.208,54 €	427,50 €	750,71 €	11.674,25 €
	2º TRIMESTRE	8.901,39 €	427,50 €	574,47 €	9.190,86 €
	3º TRIMESTRE	8.048,36 €	427,50 €	529,49 €	8.150,35 €
	4º TRIMESTRE	11.165,57 €	427,50 €	615,76 €	11.353,83 €
	TOTAL ANUAL	39.323,86 €	1.710,00 €	2.470,43 €	40.369,29 €

6.3 Seguros

Tal y como es sabido por todos, toda empresa debe tener vigente un contrato que asegure sus principales bienes además de una parte que cubra la responsabilidad civil de la empresa. Para ello Dultensa ha contado con la empresa Axa.

6.4 Gastos de publicidad, patrocinio y promociones

• COSTES DE PUBLICIDAD	2015		2016		
	ULTIMO TRIMESTRE	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
PRENSA	1.155,60 €	1.155,60 €			
RADIO	934,56 €	934,56 €	934,56 €	934,56 €	934,56 €
PUBLICIDAD MOVIL			1.649,99 €	1.049,99 €	1.049,99 €

• COSTES DE PATROCINIO	2015		2016		
	ULTIMO TRIMESTRE	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
PATROCINIO	480,03 €				480,03 €

• COSTES DE PROMOCIÓN	2015		2016		
	ULTIMO TRIMESTRE	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
IMANES	685,00 €	685,00 €			
PROMOTORA	1.540,80 €	1.540,80 €			
TOTALES	4.795,98 €	4.315,96 €	2.584,55 €	1.984,55 €	2.464,58 €

7. FINANCIACIÓN, SITUACIÓN DE LA EMPRESA AL CIERRE Y ANALISIS DE RATIOS

7.1 Fuentes de financiación e inversión en la empresa

Préstamo

Maquinaria		Capital:	39.247 €
Periodo:	5 años	60 meses	
Interés:	8%	Alfa:	781,84 €

Periodo	Anualidad	Interés	CTA.Amortización	Total Amortización	Capital PTE
0					39.246,73 €
1	781,84	237,24	544,60	544,60	38.702,13 €
2	781,84	233,95	547,89	1092,49	38.154,24 €
3	781,84	230,64	551,20	1643,69	37.603,04 €
4	781,84	227,31	554,54	2198,23	37.048,50 €
5	781,84	223,96	557,89	2756,12	36.490,61 €
6	781,84	220,58	561,26	3317,37	35.929,36 €
7	781,84	217,19	564,65	3882,03	35.364,70 €
8	781,84	213,78	568,07	4450,09	34.796,64 €
9	781,84	210,34	571,50	5021,59	34.225,14 €
10	781,84	206,89	574,95	5596,55	33.650,18 €
11	781,84	203,41	578,43	6174,98	33.071,75 €
12	781,84	199,92	581,93	6756,90	32.489,83 €
13	781,84	196,40	585,44	7342,35	31.904,38 €
14	781,84	192,86	588,98	7931,33	31.315,40 €
		2543,27			

LEASING: Termoselladora

CO:	58.932,40	IGIC	7,00%	MESES:	120
AÑOS	10	An ^o i	87,68751063	INTERES MENSUAL:	0,005497367
INTERES:	6,80%	Cuota	664,49		

S	CUOTA TOTAL	IGIC	CUOTA NETA	INTERES MENSUAL	AMORT. ANUAL	AMORT. ACUM.	PEND. AMORTIZAR
0	711,01	46,51	664,49		664,49	664,49	58.267,91
1	711,01	46,51	664,49	320,32	344,17	1.008,67	57.923,73
2	711,01	46,51	664,49	318,43	346,07	1.354,74	57.577,66
3	711,01	46,51	664,49	316,53	347,97	1.702,71	57.229,69
4	711,01	46,51	664,49	314,61	349,88	2.052,59	56.879,81
5	711,01	46,51	664,49	312,69	351,81	2.404,39	56.528,01
6	711,01	46,51	664,49	310,76	353,74	2.758,13	56.174,27
7	711,01	46,51	664,49	308,81	355,68	3.113,82	55.818,58
8	711,01	46,51	664,49	306,86	357,64	3.471,46	55.460,94
9	711,01	46,51	664,49	304,89	359,61	3.831,06	55.101,34
10	711,01	46,51	664,49	302,91	361,58	4.192,65	54.739,75
11	711,01	46,51	664,49	300,92	363,57	4.556,22	54.376,18
12	711,01	46,51	664,49	298,93	365,57	4.921,79	54.010,61
13	711,01	46,51	664,49	296,92	367,58	5.289,36	53.643,04
14	711,01	46,51	664,49	294,90	369,60	5.658,96	53.273,44
				3669,71			

LEASING: Marmitas

CO:	17.289,72	IGIC	7,00%	MESES:	48
AÑOS	4	An ^o i	41,93468185	INTERES MENSUAL:	0,005654145
INTERES:	7,00%	Cuota	402,70		

S	CUOTA TOTAL	IGIC	CUOTA NETA	INTERES MENSUAL	AMORT. ANUAL	AMORT. ACUM.	PEND. AMORTIZAR
0	430,89	28,19	402,70		402,70	402,70	16.887,02
1	430,89	28,19	402,70	95,48	307,22	709,91	16.579,81
2	430,89	28,19	402,70	93,74	308,95	1.018,87	16.270,85
3	430,89	28,19	402,70	92,00	310,70	1.329,57	15.960,15
4	430,89	28,19	402,70	90,24	312,46	1.642,03	15.647,69
5	430,89	28,19	402,70	88,47	314,22	1.956,25	15.333,47
6	430,89	28,19	402,70	86,70	316,00	2.272,25	15.017,47
7	430,89	28,19	402,70	84,91	317,79	2.590,04	14.699,68
8	430,89	28,19	402,70	83,11	319,58	2.909,62	14.380,10
9	430,89	28,19	402,70	81,31	321,39	3.231,01	14.058,71
10	430,89	28,19	402,70	79,49	323,21	3.554,22	13.735,50
11	430,89	28,19	402,70	77,66	325,04	3.879,26	13.410,46
12	430,89	28,19	402,70	75,82	326,87	4.206,13	13.083,59
13	430,89	28,19	402,70	73,98	328,72	4.534,85	12.754,87
14	430,89	28,19	402,70	72,12	330,58	4.865,43	12.424,29
				985,81			

7.2 Evaluación de la inversión realizada en nuestra empresa: Valor actual neto (VAN). Tasa interna de rentabilidad (TIR)

BENEFICIO NETO		41660,31	78895,18
COEF. ACTUAL	8,43%	0,922254	0,850552
VALOR ACT D/IMP		38421,39	67104,49
TOTAL V. ACTUAL		38421,39	67104,49
INVERSIÓN INICIAL			
V.A.N.		- 60.000,00 €	38421,39

V.A.N.	45.525,88 €
---------------	--------------------

TIR	42,51%
------------	---------------

-Viabilidad del proyecto.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si después de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. En el caso de Dultensa el VAN obtenido es de 45525.88€, por tanto, con esta cantidad podemos concluir en que el proyecto es viable.

TIR: Tasa Interna de Retorno, sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero. Por tanto, con los resultados obtenidos en la tabla anterior podemos concluir en que es factible porque hemos obtenido una rentabilidad 4 veces superior (42.51%) a la exigida en este momento (8,43%).

7.3. Presentación de balance de situación final y cuenta de resultados

Nº de cuentas		SALDO 2015
70.	1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	
	Ventas	182990,91
	2. Variación de exist. prod. term. y curso de	
	3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	
	4. Aprovisionamientos	
611,(60)	Variación de existencias	34921,10
	Consumo de mercaderías	-123033,53
	5. Otros ingresos de explotación	
(640),(642)	6. Gastos de personal	
	Sueldos y Salarios	-20755,06
	Seguridad social a cargo de la empresa	-5873,23
(62),(631)	7. Otros gastos de explotación	
	Servicios exteriores	-13576,02
	Otros tributos	-411,09
(680),(681)	8. Amortización del Inmovilizado	
	Amortización de inmovilizado intangible	-28,92
	Amortización de inmovilizado material	-3922,87
	9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no	
	10. Exceso de provisiones	
	11. Deterioro y resultado por enajenaciones del	
	A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	50311,30
	12. Ingresos financieros	
(662),	13. Gastos financieros	
	Intereses de deudas	-1299,17
	14. Variación de valor razonable en instr.	
	15. Diferencias de cambio	
	16. Deterioro y resultado por enaj. de instr.	
	B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	-1299,17
	C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (A+B)	49012,13
15%	17. IMPUESTO SOBRE BENEFICIO	7351,82
	D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	41660,31

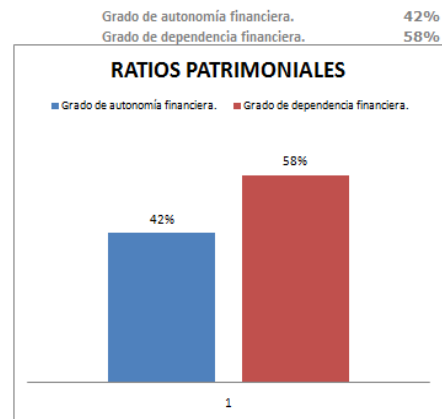
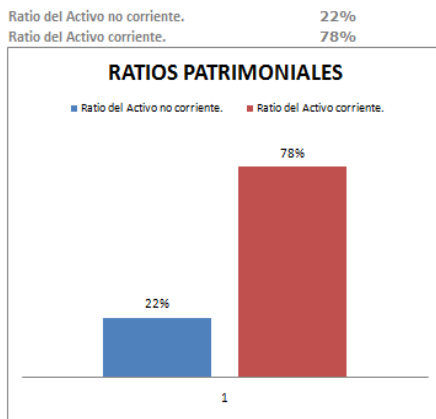
BALANCE AL CIERRE/31 DE DICIEMBRE DE 2015					
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
DESCRIPCION	CUENTA	EUROS	DESCRIPCION	CUENTA	EUROS
ACTIVO NO CORRIENTE			CAPITALES PERMANENTE		
INTANGIBLE		549,44	FONDOS PROPIOS		101.660,31
APLICACIONES INFORMATICAS	206	578,36	CAPITAL SOCIAL	100	60.000,00
AMORTIZACIONES	280	-28,92	RESULTADO DEL EJERCICIO	129	41.660,31
MATERIAL		108.978,44			
MAQUINARIA	213	92.879,69			
UTILILLAJE	214	1.377,23			
OTRAS INSTALACIONES	215	5.870,87			
MOBILIARIO	216	3.053,96			
EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACION	217	2.339,55			
ELEMENTOS DE TRANSPORTE	218	7.380,00			
AMORTIZACIONES	281	-3.922,87			
FINANCIERO		1.500,00			
FIANZA	260	1.500,00			
ACTIVO CORRIENTE		229.195,82			
EXISTENCIAS			PASIVO CORRIENTE		145.654,59
MATERIAS PRIMAS	310	10.314,40 €	PROVEEDORES	400	115.112,24
PRODUCTOS TERMINADOS	350	24.606,71	Hª Pª ACREEDORA POR RETENCIONES	475.1	829,61
REALIZABLE			Hª Pª ACREEDORA POR IMPUES. SOCIE	475.2	7.351,82
CLIENTES	430	175.833,69	ORGANISMO DE LA S.S ACREEDORES	476	3.266,96
GASTOS ANTICIPADOS	480	1.361,67	DEUDAS A C/P CON ENT. DE CREDITO	520	6.287,64
HªPª DEUDORA POR IGIC	470.7	1.658,26	ACREEDOR POR ARREND. FINAN. C/P	524	12.806,32
DISPONIBLE					
BANCO	572	15.421,10			
TOTAL ACTIVO		340.223,70	PATRIMONIO NETO Y PASIVO		340.223,70

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2016				
Nª de cuentas		SALDO 2016	SALDO 2015	
	1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO			
70.	Ventas	716329,79	182990,91	
	2. Variación de exist. prod. term. y curso			
	3. Trabajos realizados por la empresa par			
	4. Aprovisionamientos			
(611), (60)	Variación de existencias	75051,23	34921,10	
	Consumo de mercaderías	-492134,11	-123033,53	
	5. Otros ingresos de explotación			
	6. Gastos de personal			
(640),(642)	Sueldos y Salarios	-105216,64	-20755,06	
	Seguridad social a cargo de la empresa	-29774,00	-5873,23	
	7. Otros gastos de explotación			
(62),(631)	Servicios exteriores	-45988,51	-13576,02	
	Otros tributos	-55,89	-411,09	
	8. Amortización del Inmovilizado			
(680),(681)	Amortización de inmovilizado intangible	-115,67	-28,92	
	Amortización de inmovilizado material	-15691,48	-3922,87	
	9. Imputación de subvenciones de			
	10. Exceso de provisiones			
	11. Deterioro y resultado por			
	A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9)	102404,72	50311,30	
	12. Ingresos financieros			
	13. Gastos financieros			
(662),	Intereses de deudas	-9586,86	-1299,17	
	14. Variación de valor razonable en			
	15. Diferencias de cambio			
	16. Deterioro y resultado por enaj. de			
	B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	-9586,86	-1299,17	
	C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (A+B)	92817,86	49012,13	
15%	17. IMPUESTO SOBRE BENEFICIO	13922,68	7351,82	
	D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	78895,18	41660,31	

BALANCE AL CIERRE/31 DE DICIEMBRE DE 2016					
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
DESCRIPCIÓN	CUENTA	EUROS	DESCRIPCIÓN	CUENTA	EUROS
ACTIVO NO CORRIENTE			CAPITALES PERMANENTES		
INTANGIBLE		433,77	FONDOS PROPIOS		180.555,49
APLICACIONES INFORMÁTICAS	206	578,36	CAPITAL SOCIAL	100	60.000,00
AMORTIZACIÓN ACUM INM INTANGIBLE	280	144,59	RESERVA LEGAL	112	4.166,03
MATERIAL		93.286,96	REMANENTE	120	37.494,28
MAQUINARIA	213	92.879,69	RESULTADO DEL EJERCICIO	129	78.895,18
UTILLAJE	214	1.377,23			
OTRAS INSTALACIONES	215	5.870,87			
MOBILIARIO	216	3.053,96	PASIVO NO CORRIENTE		76.844,31
EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMA	217	2.339,55	DEUDAS A L/P CON ENTID. DE CREDITO	170	24.514,85
ELEMENTOS DE TRANSPORTE	218	7.380,00	ACREEDORES POR ARREND. FINANC L/P	174	52.329,46
AMORTIZACIÓN ACUM INM MATERIAL	281	19.614,35			
FINANCIERO		1.500,00			
FIANZA	260	1.500,00			
ACTIVO CORRIENTE		336.387,72	PASIVO CORRIENTE		174.208,65
EXISTENCIAS			PROVEEDORES	400	134.764,61
MATERIA PRIMAS	310	11.545,51 €	Hª Pª ACREEDORA POR RETENCIONES	475.1	847,10
PRODUCTOS TERMINADOS	350	98.426,82	Hª Pª ACREEDORA POR IMPUES. SOCIE	475.2	13.922,68
REALIZABLE			Hª Pª ACREEDORA POR IGIC	475.7	1.244,10
CLIENTES	430	191.833,07	ORGANISMO DE LA S.S ACREEDORES	476	3.261,34
GASTOS ANTICIPADOS	480	1.361,67	DEUDAS A C/P CON ENT. DE CRÉDITO	520	6.800,55
DISPONIBLE			ACREEDOR POR ARREND. FINANC. C/P	524	13.368,26
BANCO	572	33.220,66			
TOTAL ACTIVO		431.608,46	TOTAL PASIVO		431.608,46

7.4 Análisis económico-patrimonial de la empresa: Ratios.

RATIOS PATRIMONIALES



-Ratios Patrimoniales:

Permite ver la importancia de cada masa patrimonial con respecto a las demás, en la primera gráfica podemos ver una diferencia importante entre el activo no corriente, es decir, todo el inmovilizado de la empresa en comparación al activo corriente en el que intervienen las existencias, el realizable y el disponible. Entre ambos porcentajes suman el 100% del activo.

-Ratio del Activo No Corriente: 22%

Este ratio nos indica la proporción del activo total que está formado por el activo no corriente, en nuestro caso el 22% de nuestro activo es no corriente.

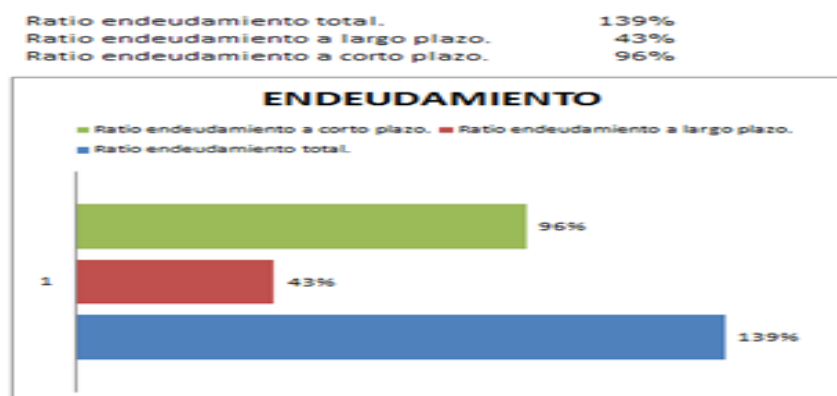
-Ratio del Activo Corriente: 78%

Este ratio nos indica la proporción del activo total que está formado por el activo corriente, en nuestro caso el 78% de nuestro activo es corriente.

En cuanto a la segunda gráfica, con el grado de autonomía financiera se indica el importe de cada euro de activo financiado con fondos propios y el grado de dependencia se complementa con la autonomía porque indica cada euro de activo financiado con recursos ajenos. Las conclusiones en cuanto a Dultensa S.L., son que de cada 100€, 42€ son financiados con fondos propios y el resto hasta llegar a 100€, es decir 58€, son financiados con fondos ajenos.

-Grado de Autonomía Financiera: 42%

-Grado de dependencia financiera: 58%



-Ratios de Endeudamiento:

Endeudamiento Total: 139%

El endeudamiento total mide la estructura financiera de la empresa: la relación existente entre la financiación ajena y los recursos propios, el ratio de endeudamiento total tiene unos valores medios de entre 50% y 200%. Dultensa, tal como se puede comprobar en el gráfico tiene un 139% (43% pertenece a corto plazo y 96% a largo).

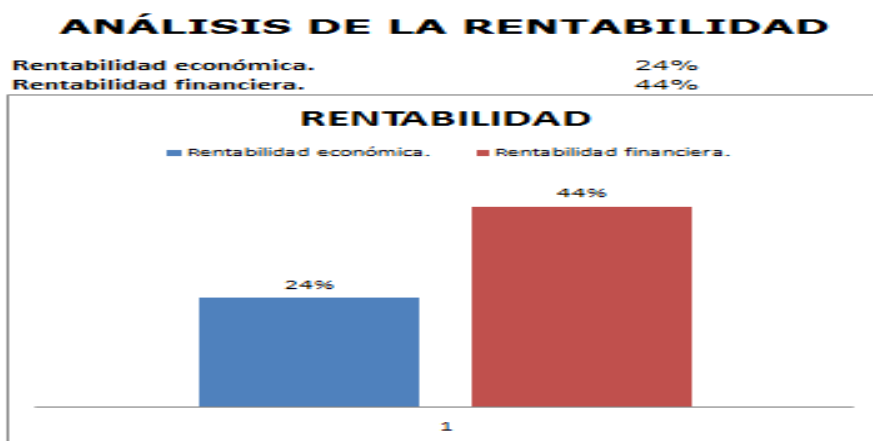
-Endeudamiento a largo plazo: 43%

Mide la relación existente entre los recursos ajenos a largo plazo y nuestros propios recursos.

Endeudamiento a corto plazo: 96%

Mide la relación existente entre los recursos ajenos a corto plazo y nuestros propios recursos.

Por tanto, se puede concluir en que para ser el primer año de la empresa el endeudamiento es totalmente lícito. La empresa ha empezado su actividad debiendo una cantidad de 115.469,12€ entre el préstamo y los leasing, ha finalizado el 2016 con 97013,12€, por tanto, ha pagado 18456€ que supone haber rebajado su deuda en un 16%.



-Análisis Económico:

Estudia la evolución de los resultados de la empresa y la capacidad para obtener beneficios, es decir, su rentabilidad.

-Rentabilidad Económica: 24%. Significa que por cada 100€ de capital que hemos invertido, obtuvimos 24€ de beneficio bruto.

-Rentabilidad Financiera: 44%. Significa que por cada 100€ de recursos propios generan 44€ de beneficios netos.

8. CONCLUSIÓN

Tras originarse la idea de crear un negocio en Tenerife basado en la fabricación y distribución de un producto como la mermelada hecha en Canarias, estamos convencidos de que nos vamos a diferenciar en el sector obteniendo beneficios porque pensamos que este negocio va a resultar rentable y que tras el esfuerzo de toda la empresa, será viable.

9. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.gobiernodecanarias.org/noticias/eicc/83588/apoyo-productos-canarios>

http://descuadrando.com/Creaci%C3%B3n_de_Empresas

<http://carlesaparicio.net/guia-para-diferenciar-tu-marca-de-la-competencia/>

<http://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>

<http://www.expansion.com/pymes/2017/01/30/588f271922601d7b418b4612.html>

