

**TIENDA DE COMIDA  
PARA GANADO  
PIENSOS, S.L.**

**STORE OF  
LIVESTOCK FOOD  
PIENSOS, S.L.**

**Autor: Adolfo Rodríguez Martín  
Tutora: Carmen Inés Ruiz de la Rosa  
Grado en Contabilidad y Finanzas  
Curso académico: 2013/14**

# Índice

<b>Resumen.....</b>	<b>3</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Situación actual de los sectores en Canarias.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Aumento de la demanda de alimentos para ganado .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Lugar donde se ha situado el problema.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. Clientes potenciales.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3. Necesidades.....</b>	<b>10</b>
<b>3. Tienda de alimento para ganado.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1. Propuesta de valor.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2. La empresa.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.1. Activo no corriente.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.1.1. Local.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.1.2. Otros inmovilizados.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.2. Personal.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.3. Proveedores.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2.4. Competidores.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2.5. Previsión de compras.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2.6. Previsión de ventas.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2.7. Simulación anual.....</b>	<b>21</b>
<b>3.2.8. Comparación con otras empresas.....</b>	<b>23</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>24</b>
<b>Bibliografía y red.....</b>	<b>26</b>

## Resumen

En la actualidad, el sector primario ha experimentado una subida considerable, debido a la crisis en la que nos encontramos inmersos, siendo, el sector agrícola, el que más auge está teniendo. Para que este sector siga creciendo y nunca desaparezca, promoviendo, de esta forma, los productos autóctonos de nuestras islas y los valores que ello conlleva, debemos ayudar, en la medida de lo posible, tanto a ganaderos como a agricultores, pues se trata de un trabajo muy sacrificado, el cual no llama la atención de los más jóvenes.

Se ha detectado que, en la zona de Tegueste, no existe un establecimiento dedicado a la venta de productos de alimentación de ganado. De ser así, podría suponer una ventaja para los ganaderos de la zona, puesto que no tendrían que desplazarse hasta otros municipios.

La solución que se propone es la creación de una tienda de venta de alimentos para ganado, ubicada en Tegueste y con precios económicos. Además, ésta contaría con un servicio de transporte, el cual no solo beneficiaría a la gente de Tegueste, sino también a ganaderos de municipios y núcleos cercanos.

Nowadays, primary sector has increased considerably, due to crisis we are involved in, being agriculture sector the one who has augmented a lot.

We have to help, as far as possible, to livestock farmers, in order to keep this sector up and it can continue increasing as it is a very hard job, being unattractive for young people.

It has been detected that, in Tegueste, there is not an establishment for selling products related to feed animals. If there was it, it could be an advantage for livestock farmers of the zone, because, in that way, it would not be necessary to move to other municipalities.

The proposed solution is to create a store which sells products for feeding livestock, located in Tegueste, and with economic prices. Moreover, it would have transport service, which not only would benefit people from Tegueste but also farmers from other nearer places or other municipalities.

## Introducción

Se ha elegido la opción 2 para la realización de este trabajo, asesoramiento especializado en proyectos de creación de empresas de emprendedores externos, y es por ello que el tema que voy a desarrollar es sobre una tienda de comida para ganado.

He elegido esta opción simplemente porque me llamaba más la atención el asesoramiento a un emprendedor y pensaba que podría aprender algo nuevo con este proyecto.

Con esta empresa se quiere dar solución al problema que existe en la Villa de Tegueste por la inexistencia de un comercio dedicado a la venta de comida de animales con unos precios moderados y con un servicio de transporte, para aquellas personas que no pueden acercarse a comprar la comida o las cantidades son muy grandes para sus vehículos. Al mismo tiempo se persigue poner más fácil las cosas a los ganaderos debido a que en dicho municipio donde se va a desarrollar la actividad, cuenta con una especie protegida como es la vaca canaria y con nuestro comercio pretendemos apoyar a otras instituciones y ganaderos en la lucha para que esta especie no desaparezca.

También se quiere ayudar al resto de ganaderos que poseen cabras o conejos, para fomentar el sector primario y a ser posible reducir los costes de la alimentación para que este trabajo no suponga un sacrificio económico.

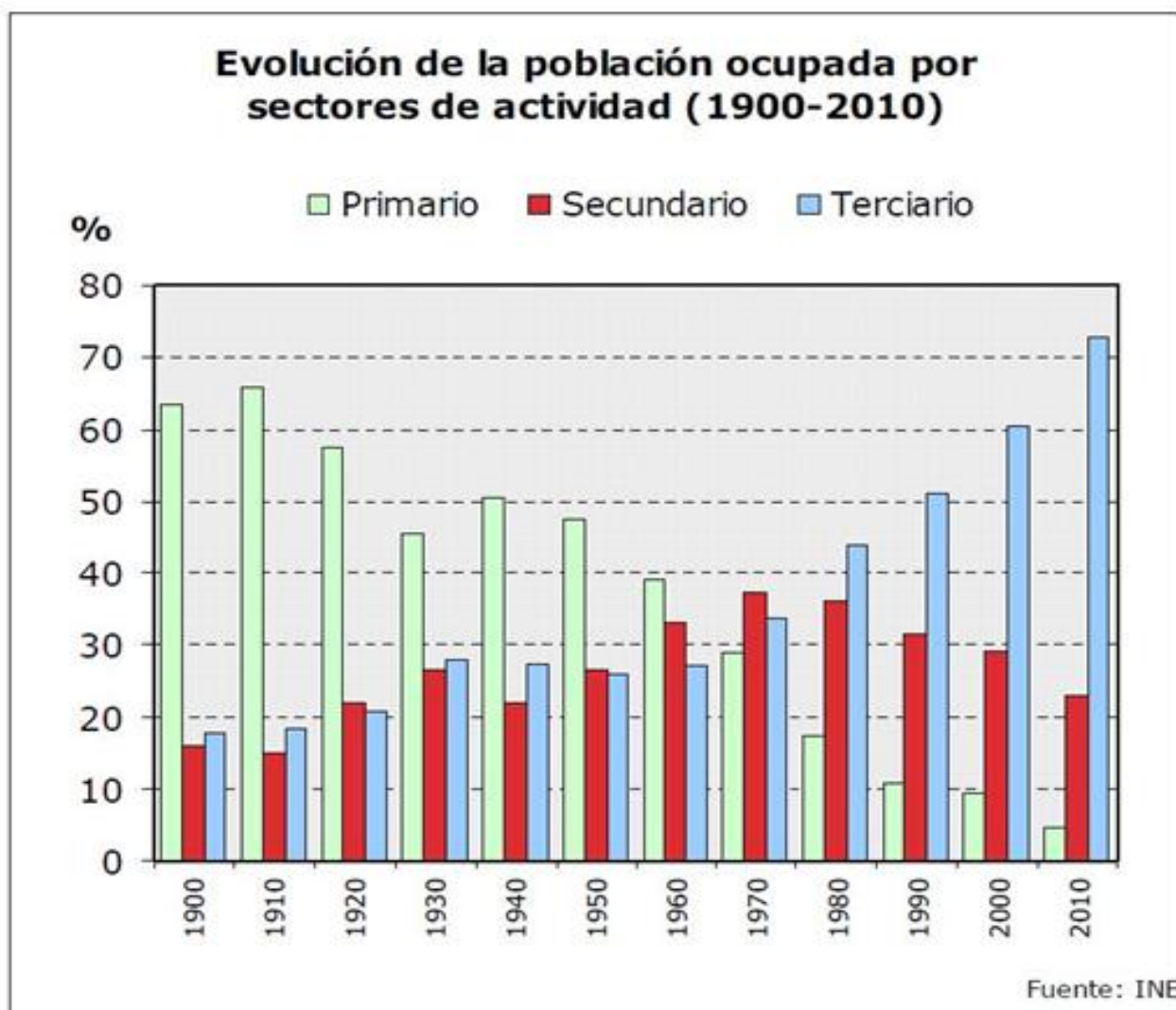
La metodología que se ha usado ha sido la de mantener varias entrevistas con los ganaderos para saber sus necesidades exactas; se ha hecho un estudio del tipo de animales en la zona, se ha pedido presupuestos a proveedores, se ha visto la metodología que sigue el principal competidor y por último se ha creado una estrategia para resolver el problema que se plantea.

La memoria comienza con una exposición de la evolución de los sectores en canarias para ver como el sector primario ha ido mermando pero nunca ha desaparecido. Luego se ha expuesto la situación actual la cual ha experimentado un cambio con respecto a los años anteriores debido a la crisis económica en muchos casos., Seguidamente se ha expuesto el problema que se ha detectado y por el que se ha desarrollado este proyecto y en el que se explica la solución que se propone a dicho problema.

## 1. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SECTORES EN CANARIAS.

Para poder meternos en materia, es bueno ver la evolución de los sectores económicos en Canarias y en su economía, ya que es la región que nos incumbe. Podemos observar una evolución de los sectores desde el siglo XX hasta el siglo XXI en el siguiente gráfico:

Gráfica 1.



El sector primario es el conjunto de las actividades que las personas realizan para obtener recursos de la naturaleza: agricultura, ganadería, silvicultura, apicultura y pesca. Este sector constituye la fuente básica para la supervivencia de las sociedades, proporciona alimento y es la base del resto de sectores.

Si nos fijamos en el gráfico, en general se puede observar como el sector primario fue el que dominó en Canarias hasta los años 70.

De autoabastecimiento o incluso para intercambiar los productos agrícolas por pescado, era el tipo de agricultura que predominaba en Canarias, debido a que son islas y al ser una región aislada del continente Europeo y Africano, les obligaba a producir sus propios alimentos.

Fue a finales del siglo XIX cuando los ingleses introdujeron el tomate que junto con el plátano se convirtieron en los productos agrícolas que hoy en día se exportan a la Península y a la Unión Europea, teniendo que competir con productos de otros países, como Marruecos en el caso del tomate. La ganadería era estabulada debido a la escasez de pastos y se dedicaba o enfocaba al abastecimiento del mercado insular. En el caso de la pesca, ha sido un sector que ha estado en un segundo plano frente a la agricultura; destacaba la flota pesquera que faenaba en el banco canario-sahariano, rico en capturas.

El sector secundario comprende la artesanía, la minería, la construcción y la obtención de energía. Es el sector de la economía que transforma la materia prima, extraída o producida por el sector primario, en productos para el consumo o en bienes de equipos los cuales son productos que serán utilizados en otros ámbitos del sector secundario. En canarias nunca ha tenido peso debido a que las islas no cuentan con minas y las únicas extracciones que se realizan son las de áridos en canteras, y para un uso regional. Las principales industrias canarias están en los sectores del tabaco, los derivados del petróleo y las conservas de pescado. En Canarias tiene un papel importante la producción de energía eléctrica pero de carácter regional. Canarias produce toda la energía que consume a través de medios termoeléctricos y aunque el turismo ha provocado una subida de la demanda, esta sigue siendo baja debido a la escasez de industrias en las islas.

El sector de la construcción en canarias, al igual que en el resto de España, también ocupó un papel importante en la economía Canaria. En primer lugar debido a la construcción de los hoteles a partir de los años 60, debido al “boom del turismo”, que provocó el inicio de la urbanización masiva del sur de Gran Canaria y Tenerife, y poco después con la burbuja inmobiliaria. La construcción, debido a la burbuja inmobiliaria, provocó que el salario en este sector fuera superior al del trabajo en el campo y ello hizo que muchas personas abandonarían las tierras.

Si observamos en la gráfica 1, el sector secundario ha ido creciendo en las últimas décadas con algunos altibajos, a medida que el sector terciario crecía y el primario disminuía. Se ve en la época de los 70 como despunta más la gráfica del sector terciario y secundario a costa de la disminución del primario, por una parte debido a las consecuencias del turismo en la construcción y por otra al aumento de la producción de energía eléctrica.

Es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes. Empezó a principios del siglo XIV. No compran bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Incluye subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

El sector terciario dirige, organiza y facilita las actividades de los otros 2 sectores, sector primario y sector secundario, siendo su papel principal el de consumo y distribución.

Los cambios que se observan en la gráfica con respecto al sector terciario, se deben a las distintas fases por las que pasó el turismo en Canarias. Se podría considerar la primera de ellas la que abarca desde finales del siglo XIX hasta la década de los 50 del siglo XX. A pesar de su importancia económica, el impacto espacial de esta fase fue muy escaso, ya que se trataba de un turismo de élite para el que se construyó algunos hoteles y balnearios de lujo.

La segunda fase se produce a partir de los años 60 y corresponde al primer “boom turístico” de las Islas. Comienza a extenderse el llamado “turismo de masas” o “turismo de sol y playa”, que no deja de crecer hasta bien entrada la crisis del petróleo que se inicia en 1973.

En los últimos años debido a la crisis, muchas personas se han quedado sin trabajo y muchos estudiante no han podido conseguir ni un primer empleo. Ello ha provocado que muchas personas decidan irse fuera de España y una pequeña parte hayan decidido volver al sector primario. Todas las personas que hayan vivido en zonas rurales, han podido comprobar este tiempo como se han ido abandonando las tierras y actualmente como esas mismas tierras que ayer estaban secas o descuidadas, se encuentran explotadas y otra vez verde como lo estaban antiguamente.

Como la ganadería es el tema que nos interesa debido a que la tienda se va a dedicar a esta parte del sector primario, la trataremos con más profundidad

La ganadería de Canarias tiene la peculiaridad de ser la gran mayoría estabulada, los animales se encuentran encerrados en establos y no pastan libres como pasa por ejemplo en Asturias, debido a que las islas no disponen de pastos para los animales.

Centrándonos en la isla de Tenerife que es la que nos interesa, los datos obtenidos del 2008 muestran que cuenta con una cabaña de 2.097.788 animales, de los que las gallinas son la mayor parte, con el 93% del total de animales censados de la Isla. Las cabras son 56.704, pero poseen una gran trascendencia económica, social y territorial, seguido del resto de ganaderías, como 29.589 cochinos, 4.686 vacas, 15.473 ovejas y 42.158 conejos. También existen entre ocho mil a diez mil colmenas, propiedad de unos 500 apicultores.

Actualmente la producción ganadera posee un considerable peso económico y es un importante componente social: por su valor tradicional, por la variedad, calidad y valor diferenciador de sus productos y por los trabajos directos e indirectos que genera.

El sector se encuentra en la actualidad en un proceso de modernización, debido a las crecientes exigencias de los mercados: estabulación, modernización, control de calidad, presentación y distribución de los productos.

El ganado bovino de las islas está destinado a la obtención de carne y no tanto a la leche si lo comparamos con otras comunidades autónomas. El caprino está arraigado para la elaboración de quesos y también por su carne que es apreciada por mucha gente.

Actualmente, aunque el sector servicio ha mermado poco a poco al sector primario, por suerte nunca este último ha llegado a desaparecer. Siempre la ganadería y la agricultura ha estado presente en Canarias, ya que no todas las personas que se dedicaban al campo se fueron al sector terciario y algunos decidieron quedarse trabajando las tierras. También ha contribuido a que no desaparezcan la agricultura y la ganadería aquellas personas que tienen una finca y la cultivan o tienen animales pero lo hacen por hobby.

Gracias a que no se haya dejado del todo las labores del campo, se conserva actualmente algunos productos tradicionales agrícolas o algunas tradiciones ganaderas.

Centrándonos en el ganado, no ha desaparecido tradiciones como es el arrastre de ganado, las carretas en romerías o las exposiciones de ganado caprino. También sigue presente en la cultura canaria la elaboración de quesos, destacando los numerosos premios que han ganado a nivel mundial algunos quesos canarios, al igual que otros productos que se elaboran a partir del queso que aquí se elabora como es el ejemplo del almogrote en la isla de La Gomera o las quesadillas en la isla de El Hierro.

Las Islas Canarias cuentan con razas autóctonas de las islas como es la cabra majorera de la isla de Fuerteventura o las vacas canaria presentes en la zona donde se ubicará la tienda. Recibe el nombre del archipiélago donde se cría, aunque también se la denomina Criolla, siguiendo el concepto aplicado al ganado nacido en las antiguas posesiones españolas. En el ámbito local también es conocida como raza burda o basta, para distinguirla de las selectas importadas, que los campesinos llaman finas.

Hay que destacar que esta raza se encuentra exclusivamente en las islas de Tenerife y Gran Canaria, siendo un animal protegido debido a que es una raza en peligro de extinción.

Centrándonos en Tenerife tenemos que destacar la vaca canaria, nombrada con anterioridad. La raza bovina canaria, también conocida como basta o del país, está adaptada a nuestro territorio y muy ligada a nuestra cultura. Con ella se trabajaba la tierra, acarreaban piedras, troncos, todos aquellos elementos pesados en momentos en los que no se disponía de tracción mecánica, de unos 600 kilos de peso, los ejemplares de esta raza poseen un pelaje de color rubio claro con tendencia al albahío o incluso blanco sucio.

Existe en las islas unas competiciones llamadas arrastre de ganado. El arrastre de ganado, se ha practicado en todo el Archipiélago, principalmente, en las islas de La Palma, Tenerife y Gran Canaria, utilizando para ello vacas y bueyes autóctonos. Las yuntas, por categorías (1º, 2º, y 3º), arrastran en una tabla llamada "Corsa" varios sacos de arena, en función de la categoría. Este Tipo de vaca es muy apreciado en las islas por su fuerza, ya que no suelen dar mucha leche. Durante años el campesino canario la utilizó para arar sus campos, para arrastrar la corsa y para llevar sus carretas. En la actualidad el Gobierno de Canarias concede subvenciones a los ganaderos para su cría, mantenimiento y conservación de la raza.

Esta vaca está presente en la Villa de Tegueste donde se realizan diversas actividades, coincidiendo con el día de su patrón, donde las vacas tienen un gran protagonismo, debido que son las encargadas de arrastrar las carretas típicas de las romerías o para tirar de los barcos.

Estos barcos, típicamente campesinos, van tirados por yuntas de bueyes, navegan sobre ruedas y, para algunos, son de vocación marinera, para otros son consecuencia de la obsesión que generaba en el pasado la presencia de una vela en el horizonte. Tal visión mantenía, ya desde la prehispania, en tensión a las gentes del pueblo, concedoras de la amenaza que suponía, porque significaba una posible invasión o, cuando menos, razzias de esclavos, ganados, además de incendios y saqueos.

## **2. AUMENTO DE LA DEMANDA DE ALIMENTOS PARA GANADO**

En muchas zonas, que antiguamente eran agrícolas, la población está volviendo a explotar la tierra debido a la crisis económica por la que está pasando España. La falta de trabajo es la principal consecuencia que ha provocado que mucha gente vuelva a dedicarse al sector primario, ya sea con terrenos propios o de propiedad de un tercero.



Poco a poco se ha podido observar como los terrenos que fueron explotados años atrás y luego abandonados, empiezan otra vez a ser usados y con ello se crean nuevas necesidades para estos agricultores los cuales necesitan productos agrícolas y utensilios para el campo. Este fenómeno no solo sucede en la agricultura, sino también en la ganadería, y los ganaderos necesitan comida para sus animales..

En la isla de Tenerife encontramos en la zona norte, los municipios más agrarios, debido a la climatología que hace más favorable las zonas nortes de las islas, para el desempeño de actividades rurales.

Los animales de estas zonas son cabras, vacas, ovejas, conejos, cerdos, caballos y pollos, que pueden tenerse como explotación o como hobby.

El problema que se ha detectado es el aumento del consumo de alimentos específico para ganado, debido al incremento de la actividad ganadera en la zona norte de Tenerife y a lo que se le suma la falta de establecimientos que distribuyan este tipo de productos.

## **2.1. LUGAR DONDE SE HA SITUADO EL PROBLEMA**

En concreto el problema se ha detectado en el municipio de la Villa de Tegueste. El municipio de Tegueste se encuentra enclavado en la Isla de Tenerife, Canarias. Tiene una superficie de 26.4 km<sup>2</sup> y básicamente está configurado por una amplia cuenca hidrográfica. Se encuentra localizado en el Noroeste del macizo de Anaga. Sus límites geográficos son: al Este las estribaciones del Macizo de Anaga, al Sureste por La Montaña Bandera y La Mesa Mota y al suroeste por la cadena montañosa que lo separa de la Vega de La Laguna, con altitudes máximas en El Picacho del Roque (848 mts) y la Montaña de la Atalaya (775 mts).

Destacan dos amplios valles en el municipio, el de El Socorro, y el de Tegueste y es en estos lugares donde se concentran la población y la actividad ganadera.

El tiempo en este municipio está marcado por los alisios que predomina en el 75% de los días de verano y en un 50% de los días de invierno, lo que hace idóneo las condiciones para la agricultura, predominando la agricultura de secano. Cuenta además con una humedad alta durante todo el año y unas temperaturas algo inferior a las de la costa, entre 15° - 20° C.

Hay que mencionar, además, que no sólo se cubriría las necesidades de los ganaderos de este municipio sino también los de pueblos y municipios colindantes, a los cuales le vendría mejor comprar en Tegueste antes que trasladarse hasta otros lugares más lejanos.

## **2.2. CLIENTES POTENCIALES**

El grupo de la población residente en Tegueste y que tienen el problema que vamos a resolver, son los ganaderos de: vacas, caballos, cerdos, cabras, conejos, ovejas y cabras. Dentro de este grupo de personas encontramos ganadero que tienen sus animales con fines comerciales y otros para autoconsumo, por ello este último grupo puede que alimenten a sus animales con sobras por lo que no compraran mucho en nuestro establecimiento

Tendremos como clientes potenciales a la población de las cercanías como son vecinos de Bajamar, Valle Guerra, Tejina o incluso Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo. Los dos últimos municipios sería más difícil captarlos ya que existe un comercio en Güimar y podrían elegir entre ese municipio y nosotros indiferentemente: para ello deberíamos diferenciarnos mucho para que nos eligieran.

Tanto en Tegueste como en el resto de zonas antes nombradas, no existen solo propietarios de ganado, sino también encontramos a propietarios de caballos los cuales suelen tener a estos animales como hobby y es por ello que no les importa gastarse dinero en ellos. Suelen buscar una alimentación lo más idónea para sus animales debido sobre todo a que los caballos requieren muchos cuidados y su alimentación incide directamente en su pelaje o vitalidad. Dentro de este grupo podríamos incluir además a los propietarios de burros y mulas.

Por último hay que destacar que existen propietarios de otro tipo de animales como pueden ser avestruces, que aunque no nos centraremos en satisfacer sus necesidades, podrían comprar algunos productos, pero que no lo recogemos como una cuota importante de negocio.

A continuación se muestra una tabla con el número total de animales censados en Tegueste y el porcentaje sobre el total de animales de cada especie censados en la comarca norte de Tenerife, según una estadística del 2012 publicada por el Gobierno de Canarias.

Tabla nº1: Censo de ganado en Tegueste

<b>CENSO GANADO TEGUESTE</b>		
<b>Especie</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Bovino</b>	129	4,07%
<b>Caprino</b>	13	0,09%
<b>Ovino</b>	87	4,64%

### **2.3. NECESIDADES**

Como se puede observar las personas a las que les afecta este problema son diferentes en cuanto a los animales que poseen, pero iguales ante el problema de la distancia a recorrer para comprar la comida para sus animales.

Estas personas esperan un servicio cercano y económico, junto con un toque de calidad y seriedad. El problema que se les presenta a estas personas es la lejanía de sus explotaciones con el punto de venta, y es por ello que un lugar cercano, sería ideal para el ahorro de tiempo a la hora de adquirir alimentos para animales. Al mismo tiempo buscan productos económicos sin renunciar a la calidad, sobre todo los amantes de los caballos que buscarán lo mejor para sus monturas.

También estas personas agradecerían un servicio de transporte, que a aquellas personas que no dispongan de un camión o de un coche de transporte o simplemente su vehículo no sea lo suficiente grande, la propia tienda donde hacen su compra les facilite el transporte y les entregue la mercancía en sus domicilios o lugar donde tengan a sus animales. Hay que recordar que muchas personas tienen animales no como negocio sino como hobby y por ello no disponen muchas veces de medios para el transporte de grandes cantidades de carga, a ello le sumamos que muchos ganaderos son de avanzada edad y no suelen conducir.

### **3. TIENDA DE ALIMENTOS PARA GANADO**

Para solucionar el problema se creará una tienda dedicada a la venta de comida para cabras, conejos, caballos, cerdos, vacas y pollos. Este tipo de animales son los que más tienen los ganaderos de la zona donde vamos a ubicar la tienda y la gente que vive en los municipios colindantes, y que son también clientes potenciales para nuestro negocio.

#### **3.1 PROPUESTA DE VALOR**

En primer lugar se ofrecerá a los ganaderos cercanía del punto de venta, es por ello que la situación será en la carretera TF-13, a su paso por la Villa de Tegueste. El local de unos 300 m<sup>2</sup> cuenta con un solar de unos 700 m<sup>2</sup>, con acceso por el lado izquierdo de la tienda, que sirve como aparcamiento de clientes y como lugar donde depositar mercancías, ya que estas serían muy voluminosas y dentro del local no cabe toda. Es importante la cercanía, ya que sería una de las formas de poder competir con las tiendas de alimentación más cercanas que se encuentran en San Cristóbal de La Laguna ( Deniz Martín S.L.) y en Santa Cruz de Tenerife ( Graneros Tenerife). Con nuestra ubicación queremos poder atender las necesidades de los ganaderos de la zona de Tegueste y Tacoronte, pudiendo llegar gente de La Matanza o incluso de La Orotova.

En segundo lugar se ofrecerá variedad en calidad, como en tipos de uso. Hay que tener en cuenta que el ganado puede ser explotación para engorde o para la obtención de materia prima como puede ser huevos o leche, y es por ello que cada ganadero buscará un tipo de alimento diferente para su animal. También tendremos en cuenta a la persona que tiene unas cuantas gallinas y un cerdo, y que puede buscar más calidad en la comida debido a que es para consumo propio. En último lugar tendremos a los propietarios de caballos. Este tipo de cliente buscará un producto de calidad, ya que los caballos hoy en día, se suelen tener por hobby y no tanto por trabajo.

En último lugar se intentará ofrecer precios económicos. Uno de los principales competidores posee un gran stock y el cliente encuentra la que necesita sin tener que esperar a que sea pedido o a que el proveedor se lo envíe. El tipo de ventajas supone un coste muy alto de almacenamiento lo que deriva, en un mayor precio de los productos, lo que supone un coste mayor para los clientes.

El propósito de esta tienda no es solo abastecer a los clientes sino hacerlo ofreciendo los mejores precios. Para ello tendríamos que tener un almacén con un menor stock.

Uno de los objetivos para disminuir los costes de almacenamiento sería la fidelización de clientes y con ello saber las mercancías necesarias cada mes, calculando un margen de seguridad mínimo por si algún cliente necesitara más cantidad o para cubrir las necesidades de clientes esporádicos.

Aunque el sector ganadero poco a poco se va modernizando gracias a la incorporación de jóvenes al campo, aun queda gente de avanzada edad o sin conocimiento alguno de las nuevas tecnologías. Es por ello que una de las maneras que usaremos para ponernos en contacto con ellos y darnos a conocer, será con las visitas y el trato en persona con estos ganaderos. Estas personas se encuentran o en núcleos aislados en algunos casos o no disponen de transporte, además de que se les hace muy difícil el conocerlos si no salen de los alrededores de sus fincas. Con esta estrategia no

solo nos damos a conocer de una manera directa asegurándonos que llega a nuestro cliente potencial, sino también transmitiremos un trato personal y directo, intentando ganar confianza con dichas personas. Este tipo de comunicación se realizaría sobre todo a personas de avanzada edad.

Otra forma de comunicarnos con nuestros clientes sería a través de correo electrónico. A través de este medio podemos ponernos en contacto con nuestros clientes, para informales de nuevos productos o de ofertas que les puedan interesar. El cliente puede consultarnos la cantidad de stock que tenemos de un producto, evitando un desplazamiento innecesario si careciéramos de ese producto o la cantidad fuese insuficiente, y en el caso que la tuviéramos, él venir a recogerla o nosotros llevársela. También podría encargar productos para nosotros pedirselo a nuestros proveedores, ahorrándole tiempo en su pedido.

Por último usaríamos el tradicional teléfono con aquellos clientes que disponga de él, tanto para informales de pedidos que hayan llegado o para concretar su entrega. También podrá usarse para hacer un pedido más detallado, poniéndose en contacto con alguien de nuestra tienda que pueda asesorarlo en su compra.

Para darnos a conocer a través de fuentes de confianza y que puedan influenciar en nuestros clientes, necesitamos a los partners. En el caso de esta empresa, estas personas serían aquellas que traten con los propietarios de animales directamente, ofreciéndoles un servicio. Se refiere a los veterinarios o herreros.

Un veterinario es la persona que va a examinar a los animales y detectar sus necesidades o enfermedades, es por ello que puede aconsejar a los ganaderos o propietarios de animales una comida específica o marca para el animal. El veterinario puede aconsejar al ganadero un producto que nosotros vendiéramos y además nuestra tienda para comprarlo, mientras el herrero podría también hacer lo mismo que el veterinario. El herrero también tiene un trato directo con los propietarios de animales, sobre todo con los que poseen caballos, que son los que llevan herraduras y son los que más suelen necesitar los servicios de los herreros.

El trato con estas personas para que recomienden nuestra tienda y nuestras marcas, sería de una ayuda mutua. Cuando un cliente nos pida consejo por alguna enfermedad o patología de sus animal, le recomendaremos a nuestro partner y con el herrero igual, consiguiendo con ello que nos ayudemos en nuestro sector.

## **3.2. LA EMPRESA**

Se constituirá una sociedad de responsabilidad limitada a nombre del padre de la emprendedora, donde trabajará la emprendedora y yo. Se financiará con un préstamo ICO de 25.000 € a 10 años con un interés fijo nominal del 6.657% sin carencia y además recibiremos una subvención de 6.000 € del Cabildo de Tenerife, dicha subvención se concede para sufragar gastos de constitución, puesta en marcha e inicio de actividad.

### **3.2.1. Activo no corriente**

#### *3.2.1.1. Local*

Como se ha dicho anteriormente, la tienda estará ubicada en la Villa de Tegueste, en la carretera Tf-13 a su paso por dicho municipio y contará con un solar a su lado para el estacionamiento de clientes, y como lugar de depósito de mercancía hasta su carga en

los coches de los clientes. En este local se ubicaba anteriormente una tienda de material y herramientas para la construcción, por lo que el espacio es el idóneo para nuestro negocio. En el solar se encuentra un container del antiguo negocio el cual puede ser útil para guardar mercancías. El precio del alquiler del local es de 1500€ mensuales y al local se le añadirá una alarma y 2 cámaras de vigilancia. La alarma viene junto con un seguro de negocio y el precio del paquete es de 500 € mensuales.

### 3.2.1.2. Otros inmovilizados

Además del container, en el interior del local se encuentra el mobiliario de la antigua ferretería como son el mostrador y varias estanterías, lo que nos ahorraría la compra de muebles debido a su buen estado.

Será necesario adquirir 3 ordenadores y su correspondiente software. Uno de ellos tendrá acoplada la caja registradora y los otros dos servirán para la consulta del stock además de para llevar la contabilidad.

Para mover las mercancías en el local se adquirirá una transpaleta manual y para carga y descarga de camiones, una carretilla elevadora. Todo será adquirido de segunda mano ya que se intenta minimizar los costes, y en un medio-largo plazo sustituirse por unos nuevos.

El transporte para las personas que lo soliciten se realizará con un camión de M.M.A. 3500 kg debido a que puede ser conducido con el permiso clase B y que no es un camión muy grande para llegar a zonas con carreteras estrechas. El padre de la emprendedora posee un camión un poco más grande el cual podríamos usar si tuviéramos que transportar más volumen de mercancía de lo que cabe en nuestro camión, que son 3500 kg. Al igual que la transpaleta y la carretilla, el camión será adquirido de segunda mano.

Tabla nº 2: Precio de adquisición del inmovilizado material y su amortización porcentual anual.

<b>INVERSIÓN INMOV. MATERIAL</b>		<b>Momento Inicial</b>	
<b>Inmovilizado material:</b>		<b>P. adquis.</b>	<b>% amort.</b>
Maquinaria		2.000,00	10%
Utillaje		125,00	30%
Equipos proc. informac.		2.000,00	25%
Elementos de transporte		7.800,00	16%
<b>TOTAL</b>		<b>11.925,00</b>	

### 3.2.2. Personal

La empresa contará con 1 empleado que podrá aumentar en un futuro, dependiendo de las necesidades de la tienda y del volumen de clientes que haya que atender. La emprendedora, cuenta con carnet de carretilla para el uso de la elevadora y de primera para poder usar el camión del padre si fuera preciso. Ella se encargará del movimiento de mercancías por el local a y de su carga en los vehículos de los clientes cuando hiciera falta el uso de carretilla, en caso contrario podrá cargarla el empleado. Además Lavinia también se encargará de la dirección de la empresa. Al empleado no se le exigirá estudios superiores, y su función será la de atender a los clientes, cobrar y ayudar en la carga de la mercancías que no sean hechas con carretilla. Por último estoy

yo, que me encargaré de la atención de clientes por teléfono, correo y en persona, hacer los pedidos y ayudar en la contabilidad.

### **3.2.3. Proveedores**

Hemos establecido contactos con proveedores en Península. Los costes de un contenedor, capacidad entorno a 36.000 kg y 33 europallets, serían de 2400 euros hasta la tienda y con estos proveedores podremos llevar a cabo nuestra estrategia de precios económicos debido a que tienen precios inferiores a los de proveedores canarios. Para ello necesitaríamos establecer primero una clientela para aprovechar al máximo el contenedor, transportando la máxima cantidad posible y haciendo posible que el coste sea el mínimo para poder vender al precio más bajo posible.

También contaremos con Graneros de Tenerife que al estar en la isla, podríamos usarlo si nos quedáramos in mercancía en algún momento.

### **3.2.4. Competidores**

En la isla se encuentran varias tiendas dedicadas a la venta de comida para animales. En la zona de Tejina por ejemplo nos encontramos con Piensos Arturo que se dedica a la venta de comida para mascotas y pequeños animales de granja como gallina o conejos, pero no cubre vacas ni caballos. Nuestro principal competidor debido a la cercanía y a que se dedica a lo mismo que nosotros, ya que dispone de comida para animales grandes, es la empresa Déniz Martín S.L., situada en San Cristóbal de la Laguna, y su estrategia es la de contar con un gran stock para que el cliente obtenga en el momento lo que necesita para sus animales.

La comodidad de poder disponer de un gran stock y que ha hecho que esta empresa tenga éxito, supone un sobre coste para los ganaderos y algunos se quejan de los precios que tienen algunos productos los cuales consideran excesivos.

Si al sobre coste de comprar en dicha tienda le sumamos que los ganaderos de la Villa de Tegueste tienen que desplazarse hasta La Laguna, encontramos una ventaja competitiva en la cercanía y precios de nuestra tienda.

### **3.2.5 Previsión de compras.**

Para calcular la cantidad de mercancías que hace falta comprar, se ha hecho un trabajo de campo preguntándoles a algunos ganaderos de la zona si estarían dispuestos a comprarnos. Se les ha informado del servicio de transporte del que disponemos y nuestra ubicación. Con los datos recabados más los datos del censo de cabezas de ganados de la zona, se ha hecho una previsión de compra para abastecer a estos clientes y tener un stock de seguridad.

A continuación se mostrará un desglose mensual solo para el primer año y luego se expondrán las compras anuales con su incremento de unidades y precio para los 3 primeros años.

Tabla nº3: Compras desglosadas en meses.

<b>AÑO N</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>
VACAS( 18%)	250	250	500	600	700
VACAS( 14%)	50	50	100	200	400
CERDOS	30	30	40	100	200
GALLINAS	15	15	20	30	50
CONEJOS	15	15	20	30	50
CABRAS	275	275	300	310	380
CABALLOS	20	20	60	100	200
OVEJAS	300	300	400	500	700
<b>Total compras</b>	<b>955</b>	<b>955</b>	<b>1.440</b>	<b>1.870</b>	<b>2.680</b>

<b>AÑO N</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>
VACAS( 18%)	700	700	700	700	700
VACAS( 14%)	400	400	400	400	400
CERDOS	200	200	200	200	200
GALLINAS	50	50	50	50	50
CONEJOS	50	50	50	50	50
CABRAS	380	380	380	380	380
CABALLOS	200	200	200	200	200
OVEJAS	700	700	700	700	700
<b>Total compras</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>

<b>AÑO N</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>TOTAL</b>
VACAS( 18%)	700	700	<b>7.200</b>
VACAS( 14%)	400	400	<b>3.600</b>
CERDOS	200	200	<b>1.800</b>
GALLINAS	50	50	<b>480</b>
CONEJOS	50	50	<b>480</b>
CABRAS	380	380	<b>4.200</b>
CABALLOS	200	200	<b>1.800</b>
OVEJAS	700	700	<b>7.100</b>
<b>Total compras</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>26.660</b>

Los dos primeros meses se compra mercancía para abastecer a los clientes que hemos captado antes de abrir la tienda, subiendo estas compras en marzo y abril gracias a nuevos contactos con clientes que habremos llevado a cabo.

La subida significativa y que marcará el tope para el resto del año, se producirá en mayo, debido a que en abril es la romería de Tegueste y la aprovecharemos para captar más clientes, gracias a que acuden muchos ganaderos.

Tabla nº4: Compras del primer año y su precio.

<b>AÑO N</b>	<b>Unidades (saco 25Kg)</b>	<b>Precios</b>
VACAS( 18%)	7.200	6,80 €
VACAS( 14%)	3.600	6,03 €
CERDOS	1.800	7,20 €
	480	8,61 €
CONEJOS	480	7,29 €
CABRAS	4.200	7,09 €
CABALLOS	1.800	8,15 €
OVEJAS	7.100	9,03 €

Tabla nº5: Resto de años con incremento porcentual estimado de precios y cantidad en base al aumento de ventas que se prevé y posibles subidas en los precios de la materia prima.

<b>AÑO N+1</b>	<b>Incremento</b>	<b>Incremento</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precios</b>
	<b>Unidades</b>	<b>Precios</b>	<b>N+1</b>	<b>N+1</b>
VACAS( 18%)	5,00%	2,00%	7.560,00	6,94
VACAS( 14%)	3,00%	2,00%	3.708,00	6,15
CERDOS	4,00%	2,00%	1.872,00	7,34
GALLINAS	2,00%	2,00%	490,00	8,78
CONEJOS	2,00%	2,00%	490,00	7,44
CABRAS	2,00%	2,00%	4.284,00	7,23
CABALLOS	1,00%	2,00%	1.818,00	8,31
OVEJAS	3,00%	2,00%	7.313,00	9,21

<b>AÑO N+2</b>	<b>Incremento</b>	<b>Incremento</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precios</b>
	<b>Unidades</b>	<b>Precios</b>	<b>N+2</b>	<b>N+2</b>
VACAS( 18%)	6,00%	2,00%	7861,00	7,07
VACAS( 14%)	5,00%	2,00%	3893,00	6,27
CERDOS	4,00%	2,00%	1928,00	7,49
GALLINAS	2,00%	2,00%	495,00	8,96
CONEJOS	2,00%	2,00%	495,00	7,58
CABRAS	2,00%	2,00%	4327,00	7,38
CABALLOS	1,00%	2,00%	1836,00	8,48
OVEJAS	3,00%	2,00%	7532,00	9,39



<b>AÑO N+3</b>	<b>Incremento Unidades</b>	<b>Incremento Precios</b>	<b>Unidades N+3</b>	<b>Precios N+3</b>
VACAS( 18%)	6,00%	2,00%	8495,00	7,22
VACAS( 14%)	5,00%	2,00%	4088,00	6,40
CERDOS	4,00%	2,00%	2025,00	7,64
GALLINAS ;	2,00%	2,00%	510,00	9,14
CONEJOS	2,00%	2,00%	510,00	7,74
CABRAS	2,00%	2,00%	4457,00	7,82
CABALLOS	1,00%	2,00%	1854,00	8,65
OVEJAS	3,00%	2,00%	7758,00	9,58

### 3.2.6 Previsión de ventas

La previsión de ventas se ha obtenido a partir de los datos facilitados por los ganaderos entrevistados y los datos del censo, también se ha tenido en cuenta que hay animales que no están censados. Los meses como por ejemplo Febrero, el número de ventas es superior al de compras, por lo que se usaría el stock que sobró del mes anterior que fueron 50 unidades.

Tabla n°6: desglose mensual de ventas para el primer año.

<b>AÑO N</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>
VACAS( 18%)	200	280	480	580	690
VACAS( 14%)	40	45	90	180	380
CERDOS	25	25	45	85	190
GALLINAS	10	10	25	25	45
CONEJOS	10	10	25	25	45
CABRAS	270	270	295	300	370
CABALLOS	15	20	55	100	190
OVEJAS	290	290	380	480	690
<b>Total Ventas</b>	<b>860</b>	<b>950</b>	<b>1.395</b>	<b>1.775</b>	<b>2.600</b>

<b>AÑO N</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>
VACAS( 18% )	690	690	690	690	690
VACAS( 14% )	380	380	380	380	380
CERDOS	190	190	190	190	190
GALLINAS	45	45	45	45	45
CONEJOS	45	45	45	45	45
CABRAS	370	370	370	370	370
CABALLOS	190	190	190	190	190
OVEJAS	690	690	690	690	690
<b>Total Ventas</b>	<b>2.600</b>	<b>2.600</b>	<b>2.600</b>	<b>2.600</b>	<b>2.600</b>

<b>AÑO N</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>TOTAL</b>
VACAS( 18%	690	690	<b>7.060</b>
VACAS( 14%	380	380	<b>3.395</b>
CERDOS	190	190	<b>1.700</b>
GALLINAS	45	45	<b>430</b>
CONEJOS	45	45	<b>430</b>
CABRAS	370	370	<b>4.095</b>
CABALLOS	190	190	<b>1.710</b>
OVEJAS	690	690	<b>6.960</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>2.600</b>	<b>2.600</b>	<b>25.780</b>

Tabla nº7: previsión de ventas con cantidad y precio para el primer año.

<b>AÑO N</b>	<b>Unidades (sacos 25kg)</b>	<b>Precios</b>
VACAS( 18%	7.060	9,57 €
VACAS( 14%	3.395	8,72 €
CERDOS	1.700	10,00 €
GALLINAS	430	11,60 €
CONEJOS	430	10,10 €
CABRAS	4.095	9,88 €
CABALLOS	1.710	11,10 €
OVEJAS	6.960	12,02 €

Tabla n°8: resto de años con precio y cantidad incrementada porcentualmente.

<b>AÑO N+1</b>	<b>Incremento Unidades</b>	<b>Incremento Precios</b>	<b>Unidades N+1</b>	<b>Precios N+1</b>
VACAS( 18%	6,00%	2,00%	7484,00	9,76
VACAS( 14%	5,00%	2,00%	3565,00	8,89
CERDOS	5,00%	2,00%	1785,00	10,20
GALLINAS	3,00%	2,00%	443,00	11,83
CONEJOS	3,00%	2,00%	443,00	10,30
CABRAS	4,00%	2,00%	4259,00	10,08
CABALLOS	2,00%	2,00%	1744,00	11,32
OVEJAS	4,00%	2,00%	7238,00	12,26

<b>AÑO N+2</b>	<b>Incremento Unidades</b>	<b>Incremento Precios</b>	<b>Unidades N+2</b>	<b>Precios N+2</b>
VACAS( 18%	3,50%	2,00%	8045,00	9,96
VACAS( 14%	6,00%	2,00%	3779,00	9,07
CERDOS	6,00%	2,00%	1892,00	10,40
GALLINAS	3,50%	2,00%	459,00	12,07
CONEJOS	3,50%	2,00%	459,00	10,51
CABRAS	2,50%	2,00%	4365,00	10,28
CABALLOS	3,00%	2,00%	1796,00	11,55
OVEJAS	5,00%	2,00%	7600,00	12,51

<b>AÑO N+3</b>	<b>Incremento Unidades</b>	<b>Incremento Precios</b>	<b>Unidades N+3</b>	<b>Precios N+3</b>
VACAS( 18%)	5,00%	2,00%	8447,00	10,16
VACAS( 14% )	3,00%	2,00%	3892,00	9,25
CERDOS	2,00%	2,00%	1930,00	10,61
GALLINAS	7,00%	2,00%	491,00	12,31
CONEJOS	3,00%	2,00%	473,00	10,72
CABRAS	2,00%	2,00%	4452,00	10,48
CABALLOS	3,00%	2,00%	1850,00	11,78
OVEJAS	3,00%	2,00%	7828,00	12,76

A continuación se presentan los ingresos trimestrales donde se ha multiplicado la cantidad vendida por su precio de venta.

Tabla nº9: Primer trimestre

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Total</b>
VACAS( 18% )	1.914,00 €	2.679,60 €	4.593,60 €	<b>9.187,20 €</b>
VACAS( 14% )	348,80 €	392,40 €	784,80 €	<b>1.526,00 €</b>
CERDOS	250,00 €	250,00 €	450,00 €	<b>950,00 €</b>
GALLINAS	116,00 €	116,00 €	290,00 €	<b>522,00 €</b>
CONEJOS	101,00 €	101,00 €	252,50 €	<b>454,50 €</b>
CABRAS	2.667,60 €	2.667,60 €	2.914,60 €	<b>8.249,80 €</b>
CABALLOS	166,50 €	222,00 €	610,50 €	<b>999,00 €</b>
OVEJAS	3.485,80 €	3.485,80 €	4.567,60 €	<b>11.539,20 €</b>
<b>Total</b>	<b>9.049,70 €</b>	<b>9.914,40 €</b>	<b>14.463,60 €</b>	<b>33.427,70 €</b>

Tabla nº10: Segundo trimestre

	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Total</b>
VACAS( 18% )	5.550,60 €	6.603,30 €	6.603,30 €	<b>18.757,20 €</b>
VACAS( 14% )	1.569,60 €	3.313,60 €	3.313,60 €	<b>8.196,80 €</b>
CERDOS	850,00 €	1.900,00 €	1.900,00 €	<b>4.650,00 €</b>
GALLINAS	290,00 €	522,00 €	522,00 €	<b>1.334,00 €</b>
CONEJOS	252,50 €	454,50 €	454,50 €	<b>1.161,50 €</b>
CABRAS	2.964,00 €	3.655,60 €	3.655,60 €	<b>10.275,20 €</b>
CABALLOS	1.110,00 €	2.109,00 €	2.109,00 €	<b>5.328,00 €</b>
OVEJAS	5.769,60 €	8.293,80 €	8.293,80 €	<b>22.357,20 €</b>
<b>Total</b>	<b>18.356,30 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>72.059,90 €</b>

Tabla nº11: Tercer trimestre.

	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Total</b>
VACAS( 18% )	6.603,30 €	6.603,30 €	6.603,30 €	<b>19.809,90 €</b>
VACAS( 14% )	3.313,60 €	3.313,60 €	3.313,60 €	<b>9.940,80 €</b>
CERDOS	1.900,00 €	1.900,00 €	1.900,00 €	<b>5.700,00 €</b>
GALLINAS	522,00 €	522,00 €	522,00 €	<b>1.566,00 €</b>
CONEJOS	454,50 €	454,50 €	454,50 €	<b>1.363,50 €</b>
CABRAS	3.655,60 €	3.655,60 €	3.655,60 €	<b>10.966,80 €</b>
CABALLOS	2.109,00 €	2.109,00 €	2.109,00 €	<b>6.327,00 €</b>
OVEJAS	8.293,80 €	8.293,80 €	8.293,80 €	<b>24.881,40 €</b>
<b>Total</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>80.555,40 €</b>

Tabla nº12: Cuarto trimestre.

	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total</b>
VACAS( 18% )	6.603,30 €	6.603,30 €	6.603,30 €	<b>19.809,90 €</b>
VACAS( 14% )	3.313,60 €	3.313,60 €	3.313,60 €	<b>9.940,80 €</b>
CERDOS	1.900,00 €	1.900,00 €	1.900,00 €	<b>5.700,00 €</b>
GALLINAS	522,00 €	522,00 €	522,00 €	<b>1.566,00 €</b>
CONEJOS	454,50 €	454,50 €	454,50 €	<b>1.363,50 €</b>
CABRAS	3.655,60 €	3.655,60 €	3.655,60 €	<b>10.966,80 €</b>
CABALLOS	2.109,00 €	2.109,00 €	2.109,00 €	<b>6.327,00 €</b>
OVEJAS	8.293,80 €	8.293,80 €	8.293,80 €	<b>24.881,40 €</b>
<b>Total</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>26.851,80 €</b>	<b>80.555,40 €</b>

### 3.2.7 Simulación anual

En la siguiente tabla se puede observar los ingresos y algunos de los gastos de la empresa durante el primer año de vida.

Las ventas y compras en el tercer y cuarto trimestre son iguales, ya que se estima que las ventas sean constantes y por ello se prevé comprar la misma cantidad para asegurar un stock de entre 800 y 1000 € de cada producto. Los ingresos se han calculado multiplicando la cantidad vendida en cada trimestre, por el precio de venta y proveedores, considerando que es a 60 días, se ha multiplicado la cantidad que corresponde pagar en cada trimestre, por su precio.

A los clientes se les cobrará a 30 días y a los proveedores se les pagará a 60 días para tener margen por si algún cliente se retrasa.

El saldo inicial es el préstamo ICO que pedimos, por el que pagamos a final de año 3.502,07 €, y además contaremos con la subvención de 6000 euros del Cabildo de Tenerife que ayudará a que la empresa comience a funcionar.

Los gastos de apertura se estiman en 4000 € sumando el desembolso para la constitución de la sociedad de responsabilidad limitada que son 3.005,06 €, siendo el resto una estimación de gastos notariales y otros gastos que puedan surgir. Los salarios son brutos, 1.300€ para cada uno.

Siguiendo con los gastos encontramos está el alquiler de 1.500 € mensual, suministros; 200 € de luz mensual, 40 € de agua mensual y 200 € de combustible mensual, alarma y seguro; 500 € mensual del seguro del local más el sistema de seguridad con alarma y 500 € anual del seguro del camión.

Se contratará los servicios de una asesoría para llevar las nóminas y el pago de impuestos, los gastos ascienden a 96 € al mes.

El inmovilizado material asciende a 11.925 € y tanto este gasto como el de constitución, son gastos que no tendremos el siguiente año.

El coste de un contenedor es de 2.400€ y menos el primer trimestre, para el resto son necesarios 2 contenedores al mes porque la carga no cabe en uno, es por ello que el coste pasa de 7.200 € el primer trimestre, a 14.400 € el segundo trimestre.

Al tratarse de una empresa de nueva creación y su cifra de negocio no superar los 300.000 €, tributará al 15%.

Tabla n°9: Simulación primer año.

	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
Saldo inicial	20.000,00	6.980,90	11.232,79	8.734,99
<b>Ingresos explotación</b>	<b>33.427,70</b>	<b>72.059,90</b>	<b>80.566,80</b>	<b>80.566,80</b>
Ventas	33.427,70	72.059,90	80.566,80	80.566,80
<b>Gastos de explotación</b>	<b>-25.913,80</b>	<b>-63.200,01</b>	<b>-78.456,60</b>	<b>-78.056,60</b>
Provedores	-14.813,80	-44.900,01	-60.156,60	-60.156,60
Transporte	-7.200,00	-14.400,00	-14.400,00	-14.000,00
Salarios	-3.900,00	-3.900,00	-3.900,00	-3.900,00
<b>Otros Gastos de explotación</b>	<b>-3.108,00</b>	<b>-3.108,00</b>	<b>-3.108,00</b>	<b>-3.608,00</b>
Suministros	-1.320,00	-1.320,00	-1.320,00	-1.320,00
Alarma y seguro	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-2.000,00
Asesoría	-288,00	-288,00	-288,00	-288,00
<b>Gastos establecimientos</b>	<b>-15.925,00</b>			
Gastos apertura	-4.000,00			
Innov. Material	-11.925,00			
<b>Gastos Financieros</b>				<b>-1.662,50</b>
<b>BAII</b>	<b>6.980,90</b>	<b>11.232,79</b>	<b>8.734,99</b>	<b>3.974,69</b>
<b>Impuesto(15%)</b>				596,2035
<b>Beneficio Neto</b>				<b>3.378,49</b>

### 3.2.8. Comparación con otras empresas

Tabla n°10: comparación de nuestra empresa con su principal competidor y otra empresa del sector, base de datos SABI.

	Competidor	Nuestra empresa	Otra empresa del sector
<b>Ingresos de explotación</b>	2.165.955,00	266.621,20	28.753.153,00
<b>Resultado antes de impuesto</b>	10.977,00	3.974,69	647.797,00
<b>Resultado neto</b>	10.732,00	3.378,49	540.131,00
<b>Total activo</b>	3.026.121,00	23.925,00	21.509.554,00
<b>Fondos propios</b>	1.533.864,00	3.005,06	4.151.749,00

Las grandes diferencias que se observan en el activo y en los fondos propios con respecto a nuestra empresa, son debido a que tanto nuestro competidor, como la otra empresa del sector, llevan muchos años funcionando.

Tabla nº11: Comparación de ratios.

	<b>Competidor</b>	<b>Nuestra empresa</b>	<b>Empresa líder</b>
<b>Rentabilidad económica</b>	0,36%	16,40%	3,01%
<b>Endeudamieto</b>	0,5	0,8	0,8

El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés return on investments, rentabilidad de las inversiones), relaciona el beneficio antes de impuesto con el activo total y cuanto más alta sea esta cifra, significará que más rendimiento se le está sacando al activo. Comparando nuestro ratio de rentabilidad económica con el de nuestro competidor, observamos que aunque tenemos un activo inferior, le estamos sacando más rendimiento que ellos al suyo. El valor de este ratio es tan elevado, debido al beneficio tan grande que obtenemos, comparado con el activo que tenemos.

En el ratio de endeudamiento se compara la deuda, pasivo corriente más pasivo no corriente, con el pasivo total, pasivo más patrimonio neto. El valor óptimo de este ratio es de entre 0.6 y 0.4, superior a 0.6 indica que el volumen de deuda es excesivo perdiéndose autonomía financiera ante terceros e inferior a 0.4 significa que puede tener un exceso de capitales propios.

En esta parte nuestro competidor directo se encuentra en un índice correcto, siendo su endeudamiento el idóneo ya que es de 0.5, en mitad de los dos indicativos. En cambio tanto nuestra empresa como la otra con la que nos estamos comparando, están por encima de la cifra tope, lo que puede significar que el volumen de deuda es excesivo.

Este índice en el caso de nuestra tienda viene dado debido a la mercancía comprada en diciembre y que se pagará en Enero del siguiente año, junto con la deuda por el préstamo ICO, hacen que la deuda total sea elevada comparada con los fondos propios que al ser nuestro primer año de vida, dichos fondos están formados por un capital mínimo.

## Conclusiones

La principal conclusión que se ha sacado de este proyecto es que no es fácil montar una empresa aunque se faciliten las cosas. Es evidente que una persona puede copiar un negocio existente y que funciona poniendo precios similares o llevando una estrategia similar pero no por ello significa que vaya a funcionar, aunque si funciona, el trabajo realizado para ponerla en marcha ha sido inferior al que puede haber llevado otro tipo de negocios.

Este no ha sido el caso de la empresa de este proyecto la cual ha seguido una serie de pasos desde detectar una necesidad, hacer un estudio de mercado a través de entrevista con los clientes potenciales a los que se les va a satisfacer esa necesidad, pasando por la creación de una estrategia y terminando por calcular costes para ser lo más competitivos posible. Prueba de que esta empresa tiene posibilidades de funcionar la encontramos en la pequeña simulación que se ha hecho, donde sin ponerle una carencia al préstamo y pagando al transportista de contenedores a 30 días, hemos podido tener una cuentas positiva a final de año.

Con los ratios se observa que las estrategias adoptadas tanto en precio como en pagos, junto con las ventas potenciales, hacen que nuestro ratio de rentabilidad económica sea muy bueno pero el de endeudamiento nos muestra una cifra elevada, la cual puede significar un problema, al tener un volumen de deuda en exceso.

Aunque el principal competidor sea uno debido a la similitud de productos que ofrece comparado con nosotros, no hay que olvidar que en los pueblos cercanos como Tejina o Valle Guerra, encontramos tiendas que ofertan comida para gallinas y conejos, y que pueden representar una pequeña competencia aunque no la consideramos importante, debido a que en estas tiendas comprarán personas que tengan pocos animales y que no les importe gastarse más dinero.

En la tienda se barajó la posibilidad de vender comida para perros debido a la gran cantidad de cazadores y a que un ganadero que venga a comprar comida para su ganado, podría aprovechar y comprar también para su perro. Esta opción se descartó debido a que algunos ganaderos nos dijeron que compraban la comida para su perro en el veterinario ya que era las que les recomendaba este profesional, y veíamos con la venta de comida para perro, hacerle la competencia a uno de nuestros partner y que dicha competencia era difícil ya que las personas entrevistadas eran clientes fieles de su veterinario.

Lo más importante de este proyecto es, sin duda, su beneficio social, ya que la principal razón del mismo es promover la ganadería para evitar que desaparezca. Es evidente que se busca un beneficio económico, ya que es una empresa con ánimo de lucro, pero en vez de mantener los precios de nuestros competidores o incluso subirlos, aprovechando nuestra ventaja competitiva de ser los únicos de la zona, queremos llevar una política de precios económicos para contribuir con la reducción de costes para el ganadero. Hay que destacar que Canarias cuenta con especies protegidas como es la vaca canaria, que es la especie que vive en la zona donde se ubicará nuestra empresa, proporcionando facilidades a estos ganaderos para que sigan cuidando de estos animales y, con ello, estas razas no desaparezcan.

Actualmente en Canarias el sector turístico es el que genera la mayoría de los ingresos y del que dependen las islas para su subsistencia. Por ello es hora de que otros sectores cojan fuerza para garantizar que si falla el turismo alguna vez, existan otros medios para garantizar trabajo e ingresos en las islas. Un claro ejemplo que afectó no solo a canarios sino también a personas de otras regiones de España, fue la caída del



sector de la construcción el cual arrastro a muchas personas que se dedicaban a él, al paro.

Ya que el archipiélago no cuenta con minas ni recursos naturales o grandes industrias que puedan hacer que el sector secundario tenga el suficiente peso para paliar las consecuencias, ya no de una desaparición total del turismo sino una reducción considerable, pienso que el sector primario podría amortiguar las consecuencias, entre ellos el ganadero.

Actualmente, el Gobierno de Canarias y Cabildo de Tenerife están fomentando el sector ganadero, principalmente a través de subvenciones, unido a charlas y cursos, como, por ejemplo, “El uso de las nuevas tecnologías en el campo”.

Este fomento de la ganadería por parte de las administraciones públicas beneficia a nuestro negocio, ya que contribuye a que menos personas abandonen el sector de la ganadería y, al mismo tiempo, fomenta que más gente se dedique a este sector, obteniendo un aumento potencial de clientes.

Por otra parte, hay que destacar que, a día de hoy, no hay Tegueste una tienda de comida para ganado grande como son las vacas. Seguramente, cuando se piensa en emprender, se busca algo que esté funcionando en la zona, es decir, se abren locales con las mismas características a excepción de algún aspecto. emprender, desde mi punto de vista, no es buscar un negocio que funcione en la zona y montar algo igual aunque pueda funcionar, sino buscar una necesidad o problema como se ha realizado en este proyecto y hallar una solución. Se puede definir al emprendedor como persona que identifica una necesidad, y asumiendo unos riesgos por la posibilidad de perder su dinero y el de socios o proveedores, emprende las acciones oportunas para satisfacer esa necesidad.

En estos momentos se está fomentando mucho el emprendimiento desde los mismos colegios e institutos hasta las universidades y con el apoyo de las administraciones públicas, además del apoyo de muchas empresas privadas como es el caso de los grandes bancos españoles. Por todo ello, ahora es el momento idóneo para que todas las personas que tengan una buena idea de negocio la puedan poner en marcha.

En el caso de la Universidad de La Laguna, hay que destacar el gran trabajo colaborativo de la gente de FGULL, Fundación General de la Universidad de La Laguna, en relación con el emprendimiento puesto que, a través de sus charlas y cursos, además de su asesoramiento personal, actualmente hay muchos emprendedores que han podido poner en marcha sus proyectos.

Para concluir, destacar, también, el trabajo que ha realizado la gente de FGULL en este proyecto, guiando y asesorando, no solo a la emprendedora, sino también a mí. Por ello, quiero dar las gracias por el magnífico trabajo que realizan y por toda la ayuda que me han prestado, sin la cual, no habría podido llevar a cabo mi proyecto de fin de grado.

## **Bibliografía y red**

- Parreño Selva, J., Ruiz Conde, E. y Casado Díaz, A. B. (2001): Dirección comercial: Los instrumentos del marketing. ECU. España.
- Millares, A., Tabares, J., Cáceres, E. (1985): Canarias Siglo XX. Edirca. España.
- Tejera Gaspar, A., Roldan Verdejo, A., Rodríguez Martín, J. A. y Sánchez Robaina, M.(1995): Historia de Canarias. E.C. España
- Nicolás González Lemus (2007): El turismo en Canarias: sus orígenes.(24/07/2014)  
<http://www.revistacanarii.com/canarii/7/el-turismo-en-canarias-sus-origenes>
- Gobierno de Canarias (2012): Censo de Ganado S/C de Tenerife.(02/08/2014)  
<http://www.gobcan.es/agricultura/otros/estadistica/>
- Agencia EFE (2013): El sector primario en canarias creció un 7% en 2012.(08/08/2014)  
<http://www.canariasahora.es/articulo/economia/el-sector-primario-canario-crecio-el-7-en-2012/20130510201645403617.html>