

# Resumen ejecutivo

---

El té es una infusión hecha a partir de las hojas y brotes de la planta del té. Su sabor puede ser muy distinto, a causa de la gran diversidad de tés que existe; hecho que provoca que se trate de una bebida muy agradable capaz de adaptarse a todo tipo de gustos. Además, se argumenta que el consumo de té (especialmente el verde) es benéfico para la salud. Actualmente, el té es la tercera bebida más popular del mundo después del agua y el café.

Todo esto nos lleva a que nuestro objetivo inmediato sea la creación de una Tetería, llamada "Dela's Tea", en el centro de la ciudad de Tarragona, poniendo a la disposición de la ciudadanía un local acogedor y perfecto para tomar los mejores tés de la provincia. Este negocio deberá disponer de una amplia variedad de productos que permitan adaptarse a los distintos tipos de horario y de público. Para ello, ofreceremos nuestro mejor servicio los siete días de la semana con un horario de apertura a las 8:00 horas de la mañana hasta las 21:00 horas de la tarde, casi todo el año. Los productos que se comercializan en nuestro establecimiento se dividirán en: tés, otras bebidas, repostería y otro tipo de productos. Nos esforzaremos al máximo en conseguir la mejor oferta de calidad, a causa de la competencia que nos podemos encontrar en este negocio. Pero a pesar de ello, creemos que algo como lo que estamos a punto de crear no se iguala todavía a nada de lo que existe ya en nuestro entorno.

Pensamos que es importante recalcar que el mercado de infusiones en España registra un incremento interanual en volumen, siendo el té la infusión de mayor crecimiento y este ha sido el motivo más destacable para plantearnos la posibilidad de que un negocio como es una Tetería no puede hacer otra cosa que ir incrementando beneficios a medida que vaya creciendo.

En definitiva, con nuestra nueva idea nos planteamos la prioridad de traer a la ciudad de Tarragona un aire nuevo, cargado de un exquisito aroma como el que proporcionarían cada uno de los tipos de tés que ofreceremos en nuestro acogedor local ambientado en las típicas teterías inglesas.

# Índice Trabajo de Final de Grado

---

## RESUMEN EJECUTIVO

**Conclusiones. Valoración Global y Viabilidad de la empresa.**

### 1. PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

1.1. Identificación de la persona emprendedora o equipo fundador.....pág.5

1.2. Aportaciones económicas y acuerdos de participación en los resultados.....pág.5

### 2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: EL PRODUCTO O SERVICIO

2.1. El producto o servicio .....pág.6

2.2. Necesidades que hace falta cubrir.....pág.6

2.3. Ámbito de actuación .....pág.6

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1. Análisis del entorno general .....pág.8

3.1.1. Entorno económico .....pág.8

3.1.2. Entorno Socio - Demográfico i cultural.....pág.8

3.1.3. Entorno Tecnológico .....pág.8

3.1.4. Entorno Político-Legal septiembre .....pág.9

3.1.5 Entorno Físico.....pág. 9

3.2. Análisis del sector.....pág.9

3.2.1. Descripción del sector .....pág.9

3.2.2 Análisis de las fuerzas competitivas.....pág. 9

3.3. Análisis del mercado.....pág.10

3.3.1. Descripción del mercado: Ámbito, evolución,  
Tendencias.....pág.10

3.3.2. Segmentación del mercado.....pág.11

3.3.3. Análisis de los clientes: comportamiento del  
Consumidor.....pág.11

3.3.4. Análisis de la Competencia.....pág.11

3.3.5. Anàlisi de los proveedores.....	pág.12
3.4. Anàlisi DAFO.....	pág.12
<b>4. PLAN ESTRATÈGIC DE LA EMPRESA</b>	
4.1. Missió i visió i valors.....	pág.13
4.2. Objectius de la empresa a curt i llarg termini.....	pág.13
4.3. Estratègia competitiva de la empresa.....	pág.14
<b>5. PLAN DE MARKETING</b>	
5.1. Públic objectiu i previsió de vendes.....	pág.15
5.2. Estratègia de Posicionament.....	pág.17
5.3. Marketing mix.....	pág.17
5.3.1. Política de Producte.....	pág.18
5.3.2. Política de Preu.....	pág.18
5.3.3. Política de Comunicació.....	pág.18
5.3.4. Política de Distribució.....	pág.18
<b>6. PLAN DE OPERACIONES</b>	
6.1. Descripció tècnica del producte (especificacions).....	pág.19
6.2. Logística i gestió de materials.....	pág.19
6.2.1. Plan de aprovisionaments i compres.....	pág.19
6.2.2. Gestió de stock: magatzem.....	pág.19
6.3. Gestió de la qualitat.....	pág.20
<b>7. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b>	
7.1. Estructura organitzativa: Organigrama.....	pág.21
7.2. Descripció de los llocs de treball.....	pág.21
7.3. Política salarial i costos laborals.....	pág.22
<b>8. ESTRUCTURA LEGAL</b>	
8.1. Forma jurídica.....	pág.23
8.2. Tràmits a realitzar: agenda de constitució.....	pág.23
<b>9. PLAN ECONÓMIC - FINANCIERO</b>	
9.1. Antecedents i suposats de treball. Objectius financers.....	pág.24

9.2. Plan de inversiones.....	pág.24
9.3. Plan de Financiación.....	pág.25
9.4. Políticas a corto.....	pág.25
9.4.2. Política de crédito i de cobro a clientes.....	pág.25
9.4.3. Proveedores.....	pág.26
9.4.5. Necesidad de capital corriente (FM).....	pág.26
9.5. Presupuestos.....	pág.27
9.5.1. Cuentas de resultados mensuales/anuales.....	pág.27
9.5.2. Cálculo del punto muerto per a cada período.....	pág.32
9.5.3. Presupuesto de tesorería mensual/anual.....	pág.32
9.5.4. EFE.....	pág.34
9.5.5. Balances anuales.....	pág.34
9.6. Valoración y viabilidad del proyecto.....	pág.37
<b>10. CONCLUSIONES.....</b>	<b>pág.40</b>
<b>12. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>pág.41</b>

# 1. Presentación de los Promotores

## 1.1. Identificación de la persona emprendedora o equipo fundador



*Delia González*

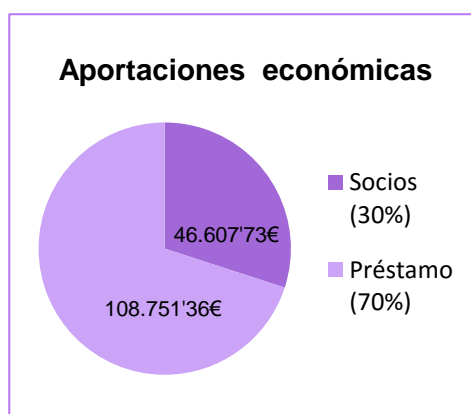


*Laura Millán*

El equipo fundador de “Dela’s Tea”, cuyo nombre está formado por la fusión de los dos nombres de las componentes del equipo, somos dos chicas emprendedoras y graduadas en Finanzas y Contabilidad, con una idea de negocio nueva en mente. Dicha idea se trata de la inauguración de una tetería en el centro de la ciudad de Tarragona. Creemos que la creación de este tipo de negocio puede ser una oportunidad única que aporte, tanto a nosotras como a la ciudadanía, resultados muy positivos.

## 1.2. Aportaciones económicas y acuerdos de participación en los resultados

Por lo que respecta a las aportaciones económicas, por parte de las socias realizaremos una aportación del 30% de fondos propios a partes iguales, que equivale a 46.607'73 €, y el otro 70% restante, equivalente a 108.751'36 €, corresponderá a un préstamo concedido por la entidad bancaria de “La Caixa”. Con dicha financiación ya tendremos los recursos financieros necesarios para iniciar nuestro proyecto, además de un margen del 30% por si se nos presenta alguna dificultad no prevista a la hora de comenzar con el negocio.



Los beneficios que obtengamos al cierre del ejercicio los repartiremos entre las dos a partes iguales. En el caso de obtener pérdidas en los primeros meses o el primer año, también aportaremos en la misma proporción los fondos necesarios para cubrirlos.

## 2. Descripción de la actividad

---

### 2.1. El producto o servicio

El producto estrella que ofreceremos será el té y todo lo que tenga que ver con él, pero a pesar de ello también tendremos otro tipo de productos, ya que queremos llegar al máximo número de personas. Aunque nuestro local tendrá como actividad principal la hostelería, también dispondremos de una parte de tienda. Entre muchos de nuestros objetivos, está el de poner al abasto de aquellos amantes del té todas las facilidades necesarias para que puedan degustarlo en cualquier momento del día, tanto en “Dela's Tea” como en sus casas. Los productos que se comercializarán en el establecimiento se dividirán en siguientes grupos:

- Tés: té verde, té verde aromatizado, té blanco, té negro, té negro aromatizado, té rojo Pu-Erh, rooibos, té desteinado, mezclas de frutas, rarezas muy especiales y mate.
- Otras bebidas: café, refrescos, zumos, etc.
- Repostería: pasteles, bizcochos, galletas, etc.
- Nuestros productos: libros, tazas, latas e infusores.

### 2.2. Necesidades que hace falta cubrir

Nos encontramos en una época y una ciudad donde aparentemente hay de todo para todo tipo de gustos, ya sea a nivel gastronómico, de moda o de cualquier otro ámbito, y por eso mismo hemos querido buscar algo que no exista y que sabemos que puede gustar mucho.

Existen tiendas de té que cada día tienen más clientela, pero a nosotras nos surgió una duda: ¿Por qué poder comprar té pero solo tener la opción de tomarlo en casa?

De ahí la intención de crear este negocio, un sitio donde poder relajarte tomando aquello que más te gusta con quien tú quieras, un lugar agradable, diferente a todo lo que existe y con la intención de adaptarse especialmente a las necesidades de los clientes.

### 2.3. Ámbito de actuación

El ámbito de actuación de nuestro negocio será la ciudad de Tarragona. Nos encontramos en uno de los puntos más concurridos y bonitos de la ciudad como es la parte alta, concretamente en la calle del portalet número 1. Se trata de un local



## 3. Análisis del entorno

---

### 3.1. Análisis del entorno general

En este punto analizaremos el entorno general y el entorno específico de lo que supondría implantar una Tetería. Dicho entorno general hace referencia a todos los factores externos que afectan significativamente a la empresa y no se pueden controlar. Para ello analizaremos una serie de variables muy significativas.

#### 3.1.1. Entorno económico

Actualmente nuestro país está sufriendo aún las consecuencias de una crisis económica muy importante que ha afectado negativamente, provocando un aumento del déficit público, un elevadísimo número de personas sin trabajo y una reducción de las inversiones. Todas estas secuelas influyen en nuestro negocio ya que, aunque sea una empresa que obtiene beneficios, en otra situación económica todavía serían más las ganancias.

#### 3.1.2. Entorno Socio - Demográfico i cultural

En Estados Unidos se prevé que el consumo de té superará el de café en el año 2017. Muestra de ello, es el hecho de que grandes cadenas de restauración estén implementando sus líneas de negocio orientadas al té. Cada día, se beben 2 billones de tazas de té en el mundo y su consumo va en aumento.

En España concretamente ha aumentado en un 8,9%, todo y que este crecimiento es bastante tardío. Sin bien su introducción es hacia el siglo XVIII, no es hasta después de la Guerra Civil, cuando se empiezan a abrir tiendas en las que poder tomarse un té. En la actualidad, el té se ha implantado en España hasta tal punto que se ha convertido en una moda caracterizada por locales "chic", tazas de diseño, teteras, etc. Sin embargo, no se trata de una moda pasajera sino que su consumo ha venido para quedarse.

#### 3.1.3. Entorno Tecnológico

La verdad es que en el mundo del té el uso de la tecnología no es lo que más influye, más bien todo lo contrario. Este tipo de productos se deben servir de la forma más natural posible, por ello su realización tan solo se caracteriza por el uso de agua o leche. Nosotras queremos resaltar este hecho y para ello haremos uso de las mejores materias primas.

### 3.1.4. Entorno Político-Legal septiembre

El ambiente político y legal son dos aspectos de nuestro entorno que afectan en mayor medida la ejecución y gestión de un proyecto. Tanto la gestión de los políticos y miembros del gobierno como la existencia o no de leyes que protejan a individuos, organizaciones o comunidades pueden alentar o desalentar la realización de los distintos emprendimientos.

Teniendo en cuenta esto, donde nos podríamos encontrar más obstáculos sería en el proceso de apertura de nuestra empresa, pero al ser una franquicia y no un particular, tal vez incluso nos resultaría un poco más sencillo.

### 3.1.5 Entorno Físico

Al hablar del entorno físico de nuestro negocio, nos referimos al lugar donde estará situada la tetería. El local está distribuido en una planta baja de 35 m<sup>2</sup> en una sala diáfana, un baño, un pequeño almacén y la parte de arriba tiene un altito de unos 10 m<sup>2</sup>. Tiene bastante fachada y un amplio escaparate, el local está muy bien condicionado y tiene muchas posibilidades de negocio. Se encuentra situado en la calle Portalet, al lado de la Plaça de la Font y de numerosos puntos turísticos, hecho que hace que haya mucha gente de paso.



## 3.2. Análisis del sector

### 3.2.1. Descripción del sector

El sector de la hostelería en nuestro país, en general es un sector creciente como consecuencia de tener una gastronomía muy atractiva tanto para la propia ciudadanía como para muchos turistas. Y si tratamos más concretamente el sector del té, podemos afirmar que su popularidad va en aumento. Así como en otros países es típico tomarse un té en un tipo de local como el que estamos a punto de crear, en nuestro país esta rutina todavía está en plena expansión. Es por ello que tenemos ante nosotras una muy buena oportunidad para que la típica “hora del té” se empiece a introducir en España y traiga consigo el proporcionar a la población su merecido momento de desconexión saboreando una bebida de lo más agradable y saludable.

### 3.2.2 Análisis de las fuerzas competitivas

Para la realización de este análisis nos basaremos en las cinco fuerzas de Porter. Estas fuerzas hacen referencia al micro entorno y sirven para contrastarlas con

fuerzas que afectan al entorno en una escala mayor a la industria, el macro entorno. Estas 5 fuerzas son las que operan en el entorno inmediato de la organización, y afectan en la habilidad de esta para satisfacer a sus clientes, y obtener rentabilidad.

#### **- Amenaza de nuevos competidores entrantes**

La amenaza de la entrada de nuevos competidores a la hora de la creación de una tetería es más bien baja ya que por el momento todavía no se ha implantado un local de este tipo. Cabe decir también que el té cada vez está más de moda y muchas cafeterías y restaurantes lo proporcionan.

#### **- Amenaza de productos sustitutivos**

Para nosotras esto no resultaría una gran amenaza ya que es más bien el té el que empieza a ser un producto sustitutivo a otras bebidas más veteranas como puede ser el café.

#### **- Rivalidad entre los competidores**

La rivalidad que podamos tener en nuestro negocio con otros competidores será generalmente entre otras cafeterías y las tiendas que se dedican exclusivamente a la venta de té. Aun así, nosotras ofrecemos un servicio único en el cual ofrecemos té para consumirlo donde el cliente prefiera: tanto en casa como en nuestro local.

#### **- Poder de negociación de los competidores / clientes**

La clientela irá creciendo con el tiempo a causa del gran aumento del consumo del té ya que cada vez es un producto más que introducido en la dieta de muchas personas. Además, la calidad y precio irán unidos, y esta será la mayor consecuencia que producirá la fidelización de la gente.

#### **- Poder de negociación de los vendedores / proveedores**

En este caso, "Dela's Tea" dispone de un número de proveedores más bien bajo a escoger, aunque todos ellos dispuestos a proporcionarnos las mejores materia primas, ya no solo de nuestros tés sino que también de otros productos que ofrecemos. Esto significa que tenemos un alto poder de negociación.

### **3.3. Análisis del mercado**

#### ***3.3.1. Descripción del mercado: ámbito, evolución, tendencias***

Actualmente, el té se posiciona como una de las bebidas que prometen mayor crecimiento en variedades y consumo. En los últimos años hemos asistido a una

revolución en el mercado de bebidas. La preocupación del consumidor por la salud y el tiempo, cada vez más escaso, del que éste dispone, lo ha llevado a propiciar cambios en las bebidas que consume. Debido a esto, es necesario que los comerciantes deban enfocarse en opciones más saludables como aguas, zumos y, en nuestro caso, bebidas de té. Las bebidas de té han sabido captar buena parte de los consumidores que piensan en su salud y buscan una bebida con un sabor agradable. Además, el té ha gozado de los recientes hallazgos en cuanto a sus propiedades antioxidantes, las cuales le otorgan un plus frente a las otras opciones de la categoría. La forma de beber el té también ha cambiado: de tomarse como infusión ha pasado a consumirse frío. En esto, además de la diferencia en las sensaciones otorgadas, ha influido la necesidad de practicidad por parte del consumidor.

### **3.3.2. Segmentación del mercado**

La segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra. Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, nuestro tipo de segmentación será psicográfica y conductual donde a través de ellas analizaremos el estilo de vida de las personas que viven en Tarragona, sus conductas, etc. Y así iremos teniendo una ligera idea de ante qué tipo de personas consumidoras de té nos encontramos. Especialmente nos dirigiremos a personas jóvenes, adultas y mayores que se preocupan por su salud y les atrae la idea de poder tomar un tentempié que se adapte a cada una de sus exigencias.

### **3.3.3. Análisis de los clientes: comportamiento del consumidor**

Tarragona es una ciudad tranquila que se caracteriza por tener una población fiel a las tradiciones y dispuesta también a dar la oportunidad a nuevos negocios. Y qué mejor que un lugar tan confortable como nuestra tetería, donde poder compartir un rato agradable con la mejor compañía; abatiendo el frío del invierno o el caluroso verano bebiendo nuestros exquisitos tés. Por este motivo, nuestros principales clientes serán los habitantes de esta ciudad.

### **3.3.4. Análisis de la competencia**

Podemos afirmar que nuestro negocio se va a ver presionado en parte por una fuerte competencia. Empezando por la zona donde se va a encontrar ya que abundan los locales de hostelería. Además, estos ofrecen sus productos a un precio muy económico, asequible a cualquier bolsillo, aunque nuestros precios tampoco se caracterizarán por ser muy elevados.

Por otra parte también podemos decir que los productos que ofrecemos nosotros son únicos e inigualables, además que “Dela's Tea” transmite un ambiente difícil de encontrar en cualquier otro local.

### 3.3.5. Análisis de los proveedores

Como aparte de té también ofrecemos otros productos, no contamos únicamente con un proveedor en concreto, si no con diferentes. Siempre siguiendo una misma línea que es la de conseguir tener los mejores productos a partir de las más perfectas materias primas. Pero destacando el té como nuestro producto estrella, nuestro objetivo es contactar con la mejor distribuidora de té del país y de esta manera asegurarnos ser el comercio de la ciudad que mejor producto proporciona a sus clientes.

### 3.4. Análisis DAFO

INTERNO	EXTERNO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de experiencia en actividades empresariales.</li> <li>○ Desconocimiento del uso de nuevas herramientas de gestión y marketing.</li> <li>○ Desconocemos si tendremos resistencia a algún posible cambio adverso.</li> <li>○ El alto coste que supone la creación del negocio.</li> <li>○ Confianza excesiva en nuestros clientes.</li> <li>○ Nos guiamos por intuición en alguna toma de decisiones.</li> <li>○ No poseemos una imagen de marca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Crisis financiera internacional.</li> <li>○ Endurecimiento de las condiciones de crédito.</li> <li>○ Dificultades en el proceso burocrático de la creación de “Dela's Tea”.</li> <li>○ Que nuestro negocio no llegue a gustar lo suficiente a la población de Tarragona y tengamos que cerrar el local.</li> <li>○ Que impongamos precios que nuestros posibles clientes no estén dispuestos a pagar.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poseemos capacidades distintas a la competencia.</li> <li>○ Tenemos una gran ilusión depositada en nuestro proyecto.</li> <li>○ Estamos preparadas en lo que a conocimientos se refiere.</li> <li>○ Siempre mantenemos una buena relación con nuestros proveedores.</li> <li>○ Fuerte integración vertical y horizontal entre las gerencias y el personal de servicio.</li> <li>○ Nuestros productos son exclusivos y novedosos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muy buena localización.</li> <li>○ Tenemos intención de llegar a todos los sectores de la población.</li> <li>○ Local llamativo y acogedor para cualquier persona.</li> <li>○ Una carta con una gran variedad de productos dispuestos a adaptarse a todo tipo de gustos.</li> <li>○ Ciudadanía que se guía mucho por el “boca, boca”.</li> </ul>

## 4. Plan estratégico de la empresa

---

### 4.1. Misión, visión y valores

La **misión** de “Dela’s Tea” principalmente es proporcionar a Tarragona un servicio el cual aún no ha descubierto. Queremos conseguir ser el local más acogedor de la ciudad, donde la hora del té se convierta en el mejor momento del día para nuestros clientes. Y todo ello lo conseguiremos a través de nuestros exclusivos tés, imposibles de encontrar en cualquier otro sitio cercano. Nos diferenciaremos de cualquier otro competidor gracias a nuestros productos de primerísima calidad, a nuestro local situado en pleno centro y al buen servicio que ofrecemos de cara al público.

La **visión** de nuestro negocio es que siempre nos guiaremos por el pensamiento de querer ser las mejores y que nuestro local consiga ser de los mejores catalogados de la ciudad. Una vez conseguido esto, abriremos nuevos horizontes y si los beneficios obtenidos nos lo permiten, nos plantearemos la idea de abrir una nueva tetería “Dela’s Tea”.

Los **valores** de la empresa los establecemos a partir de las dos siguiente preguntas: cómo somos y en qué creemos. En “Dela’s Tea” somos únicos, formamos parte de una ilusión que recién arranca y que tiene como objetivo aportar algo nuevo a la sociedad ofreciendo, a parte del mejor producto, el más inigualable trato a los ciudadanos. Y haciendo referencia a la segunda cuestión, creemos que “Dela’s Tea” puede aportar un aire nuevo, una novedad que tal vez muy pocos antes se habían planteado la posibilidad de llevar a cabo. Creemos en nuestro negocio y en que este proporcionará muy buenos resultados tanto a nosotros, como a nuestra futura clientela.

### 4.2. Objetivos de la empresa a corto y largo plazo

Montar planes para nuestro negocio es un paso importante para hacerlo crecer y expandirlo. Es necesario que realicemos planes detallados y sólidos que sean realistas con varias metas y fechas fijas. Estos planes deben ser a corto, mediano y largo plazo para mantener “Dela’s Tea” creciendo y avanzando.

Para empezar, algunos de nuestros objetivos a corto plazo serán que en una semana crearemos una página web en Facebook para dar a conocer nuestro negocio, repartiremos propaganda, intentaremos difundir la fecha de inauguración a través de la radio, etc. Otro de nuestros objetivos más destacados a corto plazo, pero con visión a un año, será el de expandir la base de clientes al aproximadamente a un poquito más

del 50 por ciento y para ello, deberemos conseguir vender una cierta cantidad de productos cada día.

Los planes a largo plazo pueden tomar de cinco años hasta que se completen. Aunque en este momento en el que nos encontramos, en el cual aún no hemos empezado con el negocio este tipo de objetivos nos resulte algo irrealizable, es importante que nos los planteemos. El más destacado que tenemos en mente sería el de tener la oportunidad de abrir otro local en otro punto de Tarragona o en otra ciudad cercana gracias a los beneficios que podamos obtener de "Dela's Tea". Además, también debemos marcar como objetivo a largo plazo el pago del préstamo que solicitamos para la implantación de la tetería.

### **4.3. Estrategia competitiva de la empresa**

La estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

Tema que en esencia nos lleva a plantear qué productos se deben manejar y qué características deben reunir para aspirar al éxito.

Podemos decir entonces que la concepción de la estrategia competitiva descansa en el análisis de tres partes clave:

- Sector industrial: Naturaleza de los rivales y capacidad competitiva
- Mercado: Necesidades y preferencias del consumidor
- Perfil del producto: Precio, calidad, servicio, etc.

Concretando en lo que respecta a nuestro proyecto de negocio, nuestra estrategia estará basada en ofrecer, entre otras cosas, un producto que está demandado cada vez más en nuestra sociedad como es el caso del té.

Nuestra intención es ofrecer un té de la mejor calidad a un precio asequible, así como también un trato excelente que haga que nuestros clientes se sientan como en casa.

## 5. Plan de Marketing

### 5.1 Público objetivo y previsión de ventas

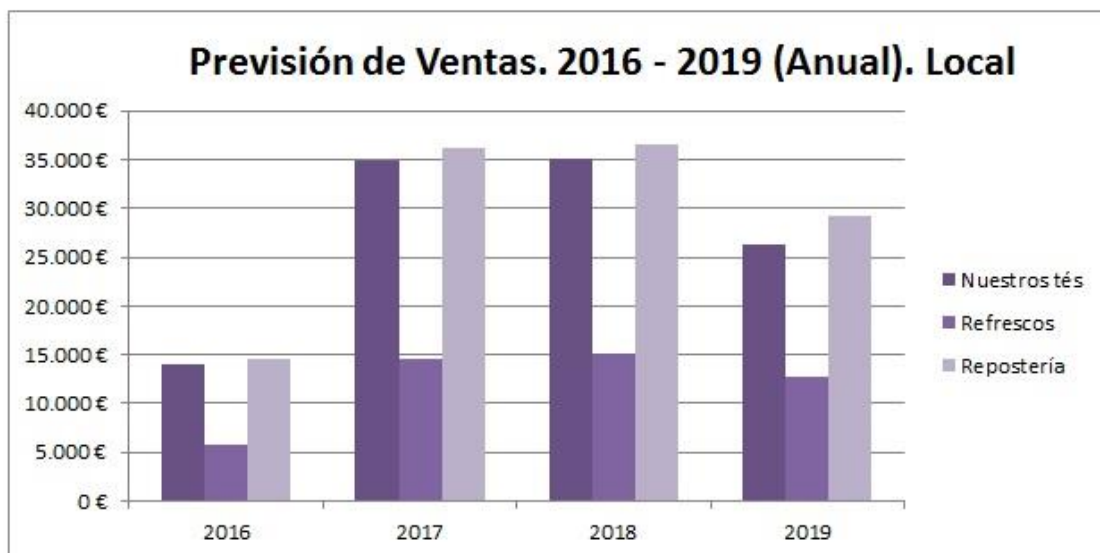
Los clientes a los cuales va destinada nuestra tetería son todos los habitantes del campo de Tarragona, así como también todos los turistas que pasen por la zona.

No diferenciamos en franja de edad ya que los productos que ofrecemos son aptos para todo tipo de clientes, desde los más pequeños hasta los adultos.

Después de haber hecho una estimación aproximada de los clientes que podemos tener en un día y el consumo que estos realicen en el local, observamos la previsión de ventas tanto anual como mensual durante los próximos cuatro años:

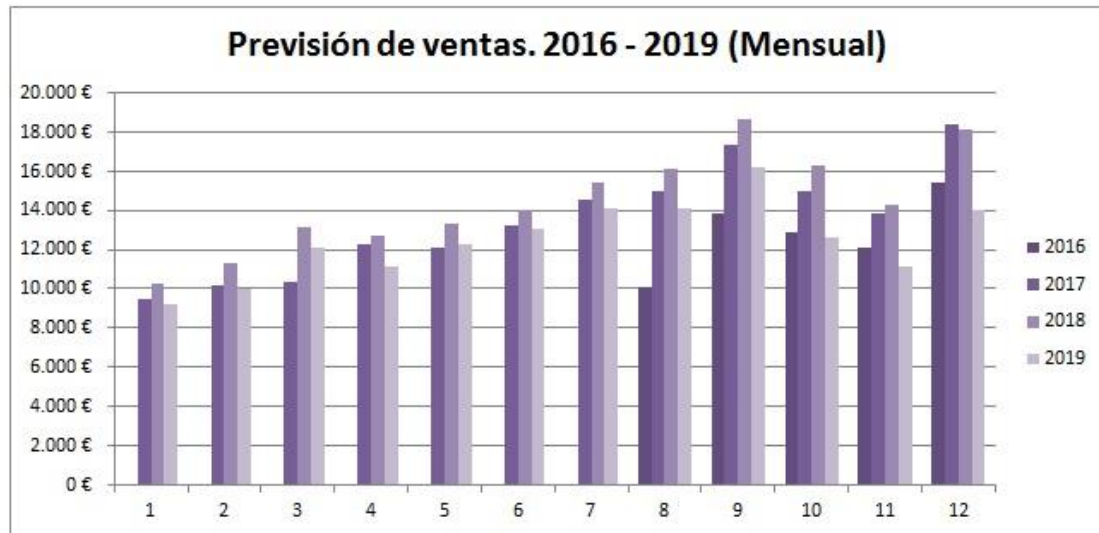
**Previsión de Ventas. 2016 - 2019 (Anual). Local**

	2016	2017	2018	2019
<b>Nuestros té</b>	14.040 €	34.884 €	35.100 €	26.244 €
<b>Refrescos</b>	5.850 €	14.580 €	15.048 €	12.780 €
<b>Repostería</b>	14.625 €	36.150 €	36.600 €	29.220 €
<b>Total</b>	<b>34.515 €</b>	<b>85.614 €</b>	<b>86.748 €</b>	<b>68.244 €</b>



Previsión de ventas. 2016 - 2019 (Mensual)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
2016								10.093 €	13.872 €	12.875 €	12.124 €	15.395 €	64.359 €
2017	9.498 €	10.185 €	10.318 €	12.245 €	12.137 €	13.201 €	14.568 €	14.950 €	17.356 €	15.019 €	13.845 €	18.418 €	161.740 €
2018	10.246 €	11.276 €	13.125 €	12.690 €	13.283 €	14.007 €	15.425 €	16.127 €	18.645 €	16.290 €	14.236 €	18.136 €	173.486 €
2019	9.242 €	10.012 €	12.102 €	11.158 €	12.234 €	13.084 €	14.136 €	14.127 €	16.213 €	12.576 €	11.129 €	14.034 €	150.047 €



Tal y como podemos observar tanto en las gráficas como en los cuadros, nuestra previsión de ventas aumenta notablemente de 2016 a 2017, esto es debido principalmente a que en 2016 sólo abrimos los últimos 5 meses, a causa de las reformas y todos los trámites que hay que realizar antes de la apertura de una nueva empresa.

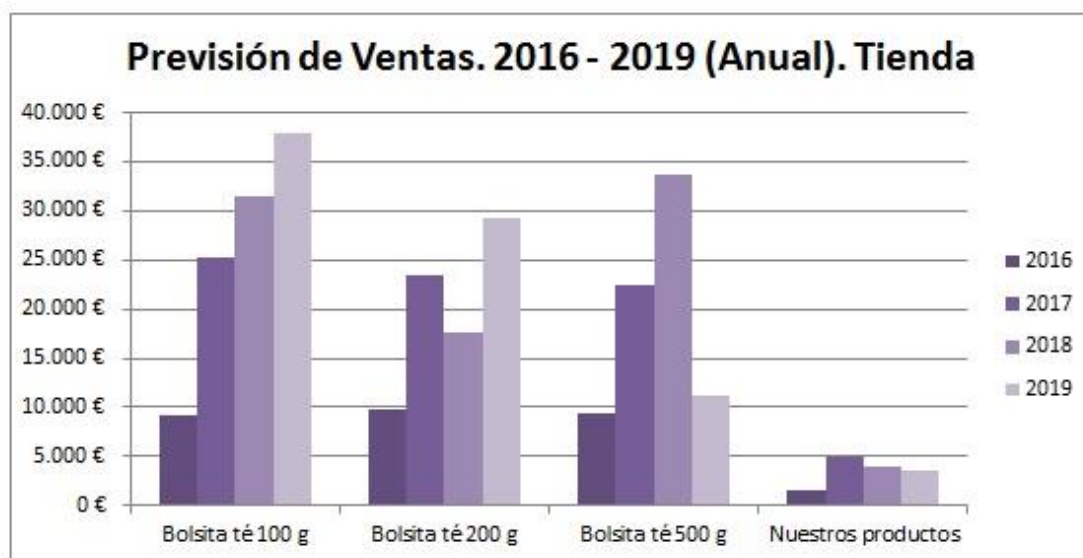
Respecto a los otros años, de 2017 a 2018 hay un pequeño incremento en cuanto a las ventas ya que habremos pasado el periodo de introducción y nos encontramos en el de crecimiento, pero como todo producto, cuando llega 2019 nuestras ventas caen, y esto puede tener dos explicaciones, o que el té ya no sea el producto de moda en nuestra sociedad o que tengamos más competencia de la esperada.

Lo mismo sucede con la previsión de ventas en relación a la pequeña tienda que tenemos en nuestro local, donde ofrecemos al cliente la posibilidad de llevarse la cantidad de té necesaria a sus casas.

A continuación se puede observar dicha previsión:

Previsión de Ventas. 2016 - 2019 (Anual). Tienda

	2016	2017	2018	2019
<b>Bolsita té 100 g</b>	9.188 €	25.200 €	31.500 €	37.800 €
<b>Bolsita té 200 g</b>	9.750 €	23.400 €	17.550 €	29.250 €
<b>Bolsita té 500 g</b>	9.369 €	22.486 €	33.728 €	11.243 €
<b>Nuestros productos</b>	1.538 €	5.040 €	3.960 €	3.510 €
<b>Total</b>	<b>29.844 €</b>	<b>76.126 €</b>	<b>86.738 €</b>	<b>81.803 €</b>



### 5.2 Estrategia de posicionamiento

Para llevar a cabo la estrategia de posicionamiento, tenemos que tener en cuenta factores como que la diferenciación es uno de los factores más importantes dentro del posicionamiento para llegar a tener éxito. En consecuencia, el mayor posicionamiento es aquel que no se puede imitar, es crear algo totalmente nuevo, diferente a lo que siempre se ha ofrecido.

En definitiva, el posicionamiento que queremos conseguir es el de ser una referencia líder del sector. De esta manera vemos que nuestro proyecto no es una cafetería cualquiera, sino que va más allá, es una tetería, cosa que ya hace que nos diferenciamos de la competencia por el hecho de no haber ninguna otra en la ciudad ni alrededores.

### 5.3. Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollados por las empresas para analizar las cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción. Esta estrategia también es conocida como las "4Ps", ya que en su origen se conoce como: "Price, Product, Place and Promotion".

### **5.3.1. Política de Producto**

“Dela's Tea” entiende el té como un servicio al cliente más que como la venta de un producto de consumo. Este es el punto clave que pretendemos que nos diferencie de la competencia.

Más allá de un producto queremos ofrecer una experiencia inigualable: servicio, tiempo, relax, ambiente agradable, etc.; pero no solo es eso sino que también es un té diferente y de excelente calidad sumado a la oportunidad de tener un establecimiento donde tomarlo. Esta mezcla de producto y servicio consigue generar mucho valor a la empresa, aspecto que el cliente aprecia y agradece.

### **5.3.2. Política de Precio**

Nuestra política de precios va directamente relacionada con nuestros proveedores, nuestra intención es conseguir el mejor precio por lo que respecta a las materias primas, para poder ofrecer el mejor producto a un precio asequible.

### **5.3.3. Política de Comunicación**

El canal de distribución es el mecanismo a través del cual los bienes o servicios llegan a los consumidores finales. En nuestro caso necesitamos darnos a conocer desde cero ya que se trata de un negocio nuevo en la zona y que no se ha visto hasta ahora. Dela's tea, como tal, la anunciaremos principalmente a través de redes sociales como Facebook, Twitter o YouTube, que tienen millones de seguidores.

Por nuestra parte y respecto a la nueva apertura de este establecimiento en Tarragona, también lanzaremos carteles publicitarios que aparezcan en autobuses de la ciudad y alrededores y daremos a conocer la existencia de este nuevo negocio a través de algún anuncio de radio.

### **5.3.4. Política de Distribución**

Con respecto a la estrategia de distribución y cobertura, la empresa cuenta con una distribución intensiva, esto quiere decir que la finalidad es tener el producto disponible en todo momento y en las mejores condiciones. Esto implica mayor cobertura y conlleva a mayor volumen de ventas.

## 6. Plan de operaciones

---

### 6.1. Descripción técnica del producto (especificaciones)

El té se caracteriza por contener una gran variedad de componentes que lo convierten en una de las bebidas naturales más sanas y saludables que existen. En este sentido, entre las diferentes variedades más consumidas que encontramos, se distinguen el té blanco, té verde, té rojo y té negro, cuyos principios activos aportan una interesantísima cantidad de beneficios y propiedades naturales ideales para mantener una buena salud. En lo que se refiere a las diversas sustancias activas que encontramos en el té, destaca la catequina, aunque también se distingue la cafeína o el tanino, entre otros.

### 6.2. Logística y gestión de materiales

La logística de materiales, es la que administra las compras e inventarios en los almacenes. El almacén tiene como propósito fundamental, proveer a la nuestra empresa los materiales necesarios para su continuo y regular desenvolvimiento, con el fin principal de afrontar la exigente demanda de los clientes.

#### 6.2.1. Plan de aprovisionamientos y compras

Una de las tareas más importantes en una plan de aprovisionamiento es la de buscar al proveedor adecuado antes de realizar la compra. Como nosotras lo que queremos es ofrecer el té de mejor calidad, que destaque por encima de cualquier otro, además de también ofrecer los productos más sofisticados para consumirlo, después de estar estudiando varios posibles proveedores nos hemos decantado por escoger a la empresa “Alveus®”, ya que es una innovadora y realiza muchas de sus actividades de manera diferente a lo que es habitual en el comercio del té tradicional.

#### 6.2.2. Gestión del stock: almacén

Con la gestión del stock queremos principalmente aprovechar al máximo nuestras materias primas y eso tan solo se consigue haciendo un seguimiento exhaustivo de todos los productos que vamos utilizando. Disponemos de stock en nuestro almacén, todo y que procuramos tener el mínimo disponible para que no nos quedemos nunca sin algo que ofrecer a un cliente. Pero principalmente nuestra política en este aspecto se rige en comprar a nuestros proveedores únicamente lo que necesitemos, las veces que sean necesarias. Para verlo mejor aquí presentamos la siguiente tabla con todo detalle referido al stock que se encontrará en nuestro almacén:

## Stock y Coste de Materias Primas. Año 2016.

Tipos de té					
	Stock seguridad	Stock actual	Pedido mínimo	Tiempo suministro (semanas)	Total
Té verde	3 kilos (1 caja)	0	3 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té verde aromatizado	3 kilos (1 caja)	0	4 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té blanco	3 kilos (1 caja)	0	5 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té negro	3 kilos (1 caja)	0	6 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té negro aromatizado	3 kilos (1 caja)	0	7 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té rojo Pu-Erh	3 kilos (1 caja)	0	8 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Rooibos	3 kilos (1 caja)	0	9 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Té desteinado	3 kilos (1 caja)	0	10 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Mezclas de frutas	3 kilos (1 caja)	0	11 kilos (1 caja)	1	1.596,00 €
Rarezas muy especiales	3 kilos (1 caja)	0	12 kilos (1 caja)	2	1.596,00 €
Mate	3 kilos (1 caja)	0	13 kilos (1 caja)	2	1.596,00 €
Bolsitas té	50 unidades	0	150 unidades	1	1.680,00 €
Cierres bolsitas té	50 unidades	0	150 unidades	1	120,00 €
<b>TOTAL</b>					<b>19.356,00 €</b>
Otros					
Café	1 kilos (1 paquetes)	0	6 kilos (6 paquetes)	1	1.547,00 €
Azucar	200 sobres	0	3800 sobres	1	952,00 €
Azucar moreno	100 sobres	0	400 sobres	2	119,00 €
Sacarina	200 sobres	0	800 sobres	2	154,20 €
Leche	15 litros	0	35 litros	1	1.520,00 €
Hielo	2 kilos	0	8 kilos	1	220,00 €
Chocolate	1 kilo (4 paquetes)	0	3 kilos (12 paquetes)	2	2.492,80 €
Nata	1 litro (1 bote)	0	6 litros (6 botes)	2	189,00 €
Leche condensada	450 gramos (1 bote)	0	2250 gramos (4 botes)	2	1.246,00 €
Refrescos	90 latas	0	300 latas	2	1.755,00 €
Agua	150 botellines	0	350 botellines	2	910,00 €
Zumos	50 zumos	0	175 zumos	2	1.035,00 €
Galletas	15 unidades	0	85 unidades	1	1.300,00 €
Bizcochos	1 unidades	0	3 unidades	1	348,00 €
Muffins	25 unidades	0	60 unidades	1	918,00 €
<b>TOTAL</b>					<b>14.706,00 €</b>
Nuestros Productos					
Tazas / Mugs	5 unidades	0	15 unidades	3	325,00 €
Latas	10 unidades	0	30 unidades	3	390,00 €
Infusores	5 unidades	0	15 unidades	3	95,00 €
Libros	5 unidades	0	15 unidades	3	635,00 €
<b>TOTAL</b>					<b>1.445,00 €</b>
<b>TOTAL</b>					<b>35.507,00 €</b>

### 6.3. Gestión de la calidad

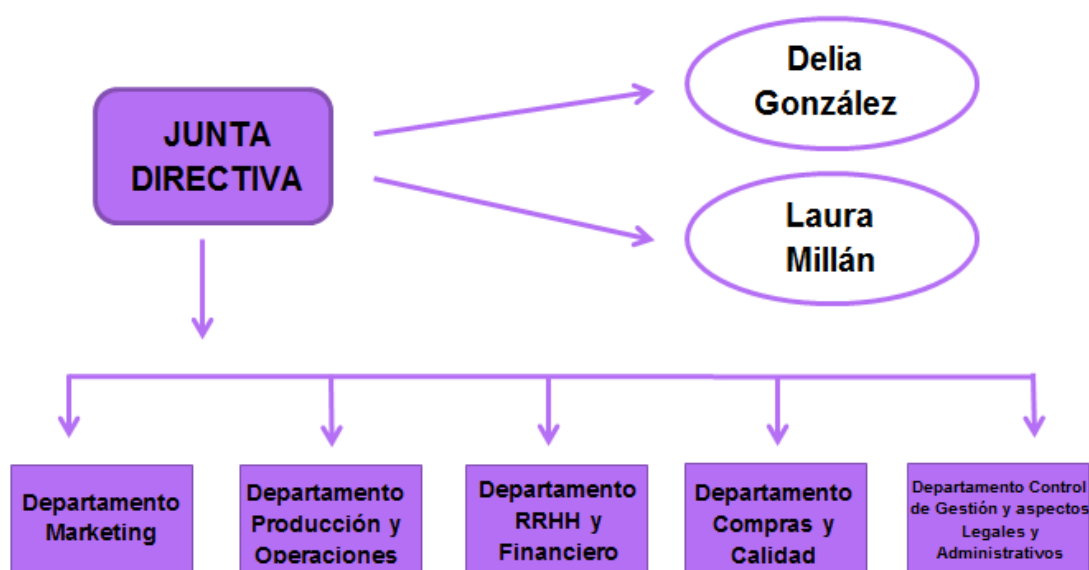
La gestión de calidad no se centra solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Tal y como hemos dicho desde un primer momento, consideramos que el hecho más importante que nos asegurará un negocio rentable será fidelizar a nuestra posible clientela, ofreciéndoles no solo el mejor producto, si no también, el mejor de los servicios. Los medios que utilizaremos con tal de alcanzar ambos objetivos serán el contactar con los mejores proveedores que existan ahora mismo en el mercado y tener de cara al público personas dispuestas a aportar mucho al negocio, haciendo la estada de cada cliente lo más agradable posible.

## 7. Plan de recursos humanos

### 7.1. Estructura organizativa: Organigrama

Nuestra empresa tiene una estructura jerárquica simple, y consta de una plantilla de 2 trabajadores más nosotras dos, que trabajaremos también en el local, una con cada trabajador en dos turnos distintos de 8 horas.

A continuación se puede ver en el organigrama las distintas tareas a realizar en la empresa:



Al ser únicamente dos socias, nos repartiremos las responsabilidades a partes iguales, llegando siempre a estar de acuerdo en las mejores decisiones de cara al negocio.

### 7.2. Descripción de los puestos de trabajo

Nuestro negocio está formado por un total de 4 trabajadores. Dos de ellos somos Laura Millán y Delia González, que seremos las encargadas de la gestión de toda la empresa.

Después contrataremos a 2 personas más que serán las que estén dirigiendo la tienda y atendiendo a la clientela. Serán personas responsables e implicadas en el trabajo, con el objetivo de que cada persona que salga de nuestro local haya recibido un buen trato y tenga ganas de volver. Los turnos serán de 8 horas, pudiendo coincidir todos en las horas más fuertes.

Al tratarse de un local pequeño no necesitamos por ahora más trabajadores, aunque tenemos en mente ampliar la plantilla si el local funciona bien, dado que uno de nuestros objetivos principales es que los clientes se sientan lo mejor atendidos posible.

### 7.3. Política salarial y costos laborales

La política salarial que llevaremos a cabo consta de un sueldo de 1.000€/mes por empleado, con posibilidad de aumento de cara al futuro dependiendo de cómo cumplan las responsabilidades los trabajadores.

En el siguiente cuadro se ve reflejado lo explicado junto con los gastos de seguridad social a cargo de la empresa:

#### Sueldos y Salarios

	2016	2017	2018	2019
<b>Sueldo base</b>	10.000 €	24.000 €	24.000 €	24.000 €
<b>Seguridad Social</b>	5.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
<b>Total Sueldos y Salarios</b>	<b>15.000 €</b>	<b>36.000 €</b>	<b>36.000 €</b>	<b>36.000 €</b>

## 8. Estructura legal

---

### 8.1. Forma jurídica

La empresa Dela's Tea será una sociedad limitada formada por las 2 socias participantes, ya nombradas anteriormente y el capital social disponible es de 46.607,73€. El capital de la empresa estará totalmente suscrito y desembolsado, y tendremos un Consejo de Administración, que encaja con el mismo perfil de la Junta Directiva, ya que somos nosotras dos las que integramos estos diferentes órganos empresariales.

### 8.2. Trámites a realizar: agenda de constitución

Para la constitución y puesta en marcha de nuestra sociedad, tenemos que seguir una serie de requisitos legales. Dichos trámites para la constitución son los siguientes:

- 1) Registro Mercantil Central: certificación negativa del nombre de la sociedad.
- 2) Agencia Tributaria: solicitud del número de identificación fiscal provisional.
- 3) Notaria: firma de la escritura de la constitución de la sociedad.
- 4) Consejerías de Hacienda de las CC.AA.: impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados. La creación de empresas está exenta del pago de este impuesto.
- 5) Registro Mercantil Provincial: inscripción de la empresa
- 6) Agencia Tributaria: Solicitud del número fiscal definitivo.

El proceso de constitución y puesta en marcha de una empresa es una tarea difícil, no por su complejidad, sino por la laboriosidad de la tramitación para formalizar dicha constitución. A la hora de decidir crear una empresa, hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado... Todos estos aspectos conviene recogerlos en un documento, que se denomina Plan de Empresa. El siguiente paso es la elección de la forma jurídica teniendo en cuenta una serie de factores clave.

Como suele ser un proceso largo, ya llevamos un tiempo trabajando en ello con tal de no encontrarnos ninguna pega a la hora de abrir "Dela's Tea" en el mes de agosto. También se trata de una tramitación costosa, hecho que tuvimos en cuenta a la hora de solicitar el préstamo al banco.

## 9. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

### 9.1. Antecedentes i supuestos de trabajo. Objetivos financieros.

Con todo lo que hemos detallado hasta el momento, nuestra intención principal ha sido explicar cada una de las características que deseamos que tenga nuestro nuevo negocio. A continuación presentaremos las especificaciones económicas y financieras, con tal de conseguir determinar la viabilidad de nuestro Plan de Empresa.

### 9.2. Plan de inversiones

Con tal de conseguir tener el local que deseamos, con cada uno de los detalles que debe tener una tetería inglesa, hemos creado un plan de inversiones con el objetivo de que este nos guíe un poco sobre los gastos que deberemos afrontar que irán destinados a la habilitación del local. Dicha inversión inicial se encuentra reflejada en el siguiente cuadro:

**Relación de unidades de inversión previstas. Año 2016.**

Unidades de inversión	Precio coste	Inicio periodo compra
Tramites creación	3.000 €	01/07/2016
Local	65.000,00 €	01/07/2016
Reformas		01/07/2016
· Baños	5.500,00 €	01/07/2016
· Paredes / Barniz	600,76 €	01/07/2016
· Suelo	1.334,20 €	01/07/2016
· Aire acondicionado	385,40 €	01/07/2016
· Otras instalaciones	725,00 €	01/07/2016
· Lámparas colgantes	469,90 €	01/07/2016
· Lámparas de pie	447,06 €	01/07/2016
· Lámparitas	175,50 €	01/07/2016
· Sofas de pared	480,00 €	01/07/2016
· 9 mesas	562,05 €	01/07/2016
· 21 sillas variadas	794,01 €	01/07/2016
· Vitrina / Estanteria	360,00 €	01/07/2016
· Barra	699,00 €	01/07/2016
· Tenedores	24 unidades -> (12,99*8)	01/07/2016
· Cuchillos	= 103,92 €	01/07/2016
· Cucharas		01/07/2016
· Copas grandes	112,50 €	01/07/2016
· Vasos	37,10 €	01/07/2016
· Teteras	752,50 €	01/07/2016
· Tazas	198,45 €	01/07/2016
· Platos medianos	139,50 €	01/07/2016
· Bandejas	99,90 €	01/07/2016
· Servilleteros	148,35 €	01/07/2016
· Tarteras de cristal (3 unidades)	62,70 €	01/07/2016
· Refrigerador	392,44 €	01/07/2016
· Fregadero	187,44 €	01/07/2016
· Lavavajillas	335,00 €	01/07/2016
· Cafetera	145,00 €	01/07/2016
· Maquina de te	198,21 €	01/07/2016
· TPV hostelería	260,15 €	01/07/2016
· Papel termico datafono	172,45 €	01/07/2016
· Papel termico TPV	121,50 €	01/07/2016
<b>Inversió Total</b>	<b>83.999,99 €</b>	

### 9.3. Plan de Financiación

Nuestro plan de financiación se basa exclusivamente por la solicitud de un préstamo de un total de 155.359,09€ con el objetivo de cubrir toda nuestra inversión inicial y, además, contando con un 30% de margen por si hace falta hacer frente a gastos no previstos inicialmente.

#### Necesidad de financiación. Política financiera

Descripción de la inversión		Importe (€)
Gastos constitución + gastos corrientes de inversiones de inmovilizado		155.359,09 €
Política de financiación		
Financiación ajena	70%	108.751,36 €
Capital socios	30%	46.607,73 €
<b>Total financiación</b>		<b>155.359,09 €</b>

- Duración del préstamo: 2 años
- Periodicidad: trimestral
- Periodos: 8
- Tipo interés nominal vencido: 8%
- Tipo interés efectivo vencido:  $8/4 = 2\% \sim 0,02$
- TAE: 8,29%

Periodos	Termino amortizativo	Cuota interés	Cuota amortización	Deuda amortizada	Deuda pendiente
0	-	-	-	-	108.751,36 €
oct-16	14.845,63 €	2.175,03 €	12.670,60 €	12.670,60 €	96.080,76 €
ene-17	14.845,63 €	1.921,62 €	12.924,01 €	25.594,62 €	83.156,74 €
abr-17	14.845,63 €	1.663,13 €	13.182,50 €	38.777,11 €	69.974,25 €
jul-17	14.845,63 €	1.399,48 €	13.446,15 €	52.223,26 €	56.528,10 €
oct-17	14.845,63 €	1.130,56 €	13.715,07 €	65.938,33 €	42.813,04 €
ene-18	14.845,63 €	856,26 €	13.989,37 €	79.927,70 €	28.823,67 €
abr-18	14.845,63 €	576,47 €	14.269,16 €	94.196,85 €	14.554,51 €
jul-18	14.845,63 €	291,09 €	14.554,54 €	108.751,39 €	0,00 €

### 9.4. Políticas a corto

#### 9.4.1. Política de crédito i de cobro a clientes

Si la actividad de "Dela's Tea" exclusivamente fuera la de vender un té y cobrárselo a nuestros clientes al contado en el mismo momento, no tendríamos que fijarnos en esta política. Pero como nuestro principal fin desde el comienzo ha sido la de ofrecer el máximo y más exquisito servicio, es por ello que nuestro local también posee una parte de tienda. Una vez empezamos a tener una clientela fija, queremos que esta se encuentre con el mayor número de facilidades. Es por eso que una parte proporcional de nuestros clientes (el 20% exactamente) nos pagan en 30 días. El resto, lo hacen todo al contado. Veamos esto reflejado en la siguiente tabla:

### Cientes

Descripción	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
Cobros al contado	23.875 €	80,00%	60.900 €	80,00%	69.391 €	80,00%	65.442 €	80,00%
Cobros a 30 días	5.969 €	20,00%	15.225 €	20,00%	17.348 €	20,00%	16.361 €	20,00%
<b>Total Cientes</b>	<b>29.844,00 €</b>	<b>100%</b>	<b>76.125,60 €</b>	<b>100%</b>	<b>86.738,40 €</b>	<b>100%</b>	<b>81.802,80 €</b>	<b>100%</b>

#### 9.4.2. Proveedores

Teniendo en cuenta que siempre seleccionamos los mejores productos, hemos escogido como proveedores a los mejores del mercado del té: “Alveus®”. Como en un principio, únicamente trabajaremos con ellos, nuestra relación con dicha empresa es excelente. Además ellos, en forma de agradecimiento, nos aplican varios descuentos cada vez que hacemos encargos. Seguidamente presentamos la tabla de nuestros proveedores:

### Proveedores

Descripción	2016	2017	2018	2019
Gastos a pagar al contado	28.406 €	55.628 €	66.754 €	50.065 €
Gastos a pagar a 30 días	7.101 €	13.907 €	16.688 €	12.516 €
<b>Total Proveedores</b>	<b>35.507 €</b>	<b>69.535 €</b>	<b>83.442 €</b>	<b>62.582 €</b>

#### 9.4.3. Necesidad de capital corriente (fondo de maniobra operativo)

Que nuestro fondo de maniobra sea positivo ( $FM > 0$ ), significa que nos encontramos en una situación ideal y supone que parte del activo corriente está financiado con recursos a largo plazo, lo que da un margen operativo a “Dela's Tea”. En general, el FM debe ser positivo y financiar aquellas inversiones del activo circulante que se consideran como una inversión a largo plazo, como el stock de seguridad, o los saldos mínimos de créditos a los clientes, etc.

### Fondo de Maniobra

<b>Activo Corriente</b>	
71.636,80	<b>FM año 2016</b>
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>64.535,40</b>
7.101,40	

## 9.5. Presupuestos

### 9.5.1. Cuentas de resultados mensuales/anuales

Para poder tener una idea más concreta de cómo le irá a nuestra empresa en los próximos 4 años, hemos realizado una serie de previsiones de los años 2016, 2017, 2018 y 2019 para poder conocer el resultado esperado y comprobar que si obtendremos beneficios. Los aspectos a destacar son que en el primer año los beneficios son bajos porque tan solo abrimos cinco meses. En los próximos años, las variaciones son desde un crecimiento elevado, seguido de un pequeño incremento que lo podríamos definir como neutro y en el 2017 ya nos encontramos con una leve caída de beneficios.

Para poder apreciar esto con más detenimiento, primero presentaremos la cuenta de resultados anual y seguidamente la desglosaremos mensualmente para cada uno de los cuatro años.

#### Cuenta de Resultados. Año 2016 - 2019 (Anual)

	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19
Ingresos por ventas	64.359	161.740	173.486	150.047
Gastos por compras	-	-	-	-
Coste de ventas (-)	35.507	69.535	83.442	62.582
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>28.852</b>	<b>92.205</b>	<b>90.044</b>	<b>87.466</b>
<b>GASTOS PERSONAL</b>				
Sueldos y Salarios (-)	10.000	24.000	24.000	24.000
Seguridad Social Trabajadores	5.000	12.000	12.000	12.000
Otros Gastos	8.600	15.816	15.816	15.816
Total Gastos Generales	23.600	51.816	51.816	51.816
<b>EBITDA</b>	<b>5.252</b>	<b>40.389</b>	<b>38.228</b>	<b>35.650</b>
<b>AMORTIZACIONES (AEC)</b>				
Amortización Mobiliario	295	709	709	709
Amortización Utillaje	9	21	21	21
Amortización Inmovilizado	2.043	4.903	4.903	4.903
Amortización EPI	22	52	52	52
Total Amortizaciones	2.369	5.685	5.685	5.685
<b>EBIT/BAIT</b>	<b>2.883</b>	<b>34.704</b>	<b>32.543</b>	<b>29.965</b>
Intereses préstamos + amortizaciones	2.175	6.115	1.724	
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>2.175</b>	<b>6.115</b>	<b>1.724</b>	
<b>BAT</b>	<b>708</b>	<b>28.589</b>	<b>30.819</b>	<b>29.965</b>
Impuesto de Sociedades (25%)	177	7.147	7.705	7.491
<b>BN</b>	<b>531</b>	<b>21.442</b>	<b>23.114</b>	<b>22.473</b>

Cuenta de Resultados. Año 2016 (Mensual)

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	TOTALES
Ingresos por ventas								9.593	13.165	12.327	13.220	16.054	64.359
Gastos por compras													-
Coste de ventas (-)								5.292	7.207	6.475	7.202	9.331	35.507
<b>MARGEN BRUTO</b>								<b>4.301</b>	<b>5.958</b>	<b>5.852</b>	<b>6.018</b>	<b>6.723</b>	<b>28.852</b>
<b>GASTOS PERSONAL</b>													
Sueldos y Salarios (-)								2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	10.000
Seguridad Social Trabajadores								1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
Otros Gastos								1.720	1.720	1.720	1.720	1.720	8.600
Total Gastos Generales								4.720	4.720	4.720	4.720	4.720	23.600
<b>EBITDA</b>								<b>- 419</b>	<b>1.238</b>	<b>1.132</b>	<b>1.298</b>	<b>2.003</b>	<b>5.252</b>
<b>AMORTIZACIONES (AEC)</b>													
Amortización Mobiliario								59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	295
Amortización Utillaje								1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	9
Amortización Inmobiliado								408,60	408,60	408,60	408,60	408,60	2.043
Amortización EPI								4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	22
Total Amortizaciones								473,76	473,76	473,76	473,76	473,76	2.369
<b>EBIT/BAIT</b>								<b>- 893</b>	<b>764</b>	<b>658</b>	<b>824</b>	<b>1.529</b>	<b>2.883</b>
Intereses préstamos + amortizaciones								-	-	2.175	-	-	2.175
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>								<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.175</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.175</b>
<b>BAT</b>								<b>- 893</b>	<b>764</b>	<b>- 1.517</b>	<b>824</b>	<b>1.529</b>	<b>708</b>
Impuesto de Sociedades (25%)								- 223	191	- 379	206	382	177
<b>BN</b>								<b>- 670</b>	<b>573</b>	<b>- 1.138</b>	<b>618</b>	<b>1.147</b>	<b>531</b>

## Cuenta de Resultados. Año 2017 (Mensual)

	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17	TOTALES
Ingresos por ventas	8.793	9.245	10.418	11.245	11.930	12.901	14.470	14.891	18.956	15.804	14.897	18.190	161.740
Gastos por compras													
Coste de ventas (-)	3.344	4.165	4.607	4.707	5.041	5.312	5.931	5.974	8.512	7.141	6.073	8.728	69.535
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>5.449</b>	<b>5.080</b>	<b>5.811</b>	<b>6.538</b>	<b>6.889</b>	<b>7.589</b>	<b>8.539</b>	<b>8.917</b>	<b>10.444</b>	<b>8.663</b>	<b>8.824</b>	<b>9.462</b>	<b>92.205</b>
<b>GASTOS PERSONAL</b>													
Sueldos y Salarios (-)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Seguridad Social Trabajadores	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Otros Gastos	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	15.816
Total Gastos Generales	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	51.816
<b>EBITDA</b>	<b>1.131</b>	<b>762</b>	<b>1.493</b>	<b>2.220</b>	<b>2.571</b>	<b>3.271</b>	<b>4.221</b>	<b>4.599</b>	<b>6.126</b>	<b>4.345</b>	<b>4.506</b>	<b>5.144</b>	<b>40.389</b>
<b>AMORTIZACIONES (AEC)</b>													
Amortización Mobiliario	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	709
Amortización Utilaje	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	21
Amortización Inmobiliario	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	4.903
Amortización EPI	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	52
Total Amortizaciones	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	5.685
<b>EBIT/BAIT</b>	<b>657</b>	<b>288</b>	<b>1.019</b>	<b>1.746</b>	<b>2.097</b>	<b>2.797</b>	<b>3.747</b>	<b>4.125</b>	<b>5.652</b>	<b>3.871</b>	<b>4.032</b>	<b>4.670</b>	<b>34.704</b>
Intereses préstamos + amortizaciones	1.922			1.663			1.399			1.131			6.115
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>1.922</b>			<b>1.663</b>			<b>1.399</b>			<b>1.131</b>			<b>6.115</b>
<b>BAT</b>	<b>- 1.264</b>	<b>288</b>	<b>1.019</b>	<b>83</b>	<b>2.097</b>	<b>2.797</b>	<b>2.348</b>	<b>4.125</b>	<b>5.652</b>	<b>2.741</b>	<b>4.032</b>	<b>4.670</b>	<b>28.589</b>
Impuesto de Sociedades (25%)	- 316	72	255	21	524	699	587	1.031	1.413	685	1.008	1.168	7.147
<b>BN</b>	<b>- 948</b>	<b>216</b>	<b>764</b>	<b>62</b>	<b>1.573</b>	<b>2.098</b>	<b>1.761</b>	<b>3.094</b>	<b>4.239</b>	<b>2.056</b>	<b>3.024</b>	<b>3.503</b>	<b>21.442</b>

## Cuenta de Resultados. Año 2018 (Mensual)

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTALES
Ingresos por ventas	11.246	11.976	12.460	12.973	13.428	13.812	14.465	15.901	18.545	15.990	14.492	18.198	173.486
Gastos por compras													-
Coste de ventas (-)	4.102	4.761	5.263	5.845	6.530	6.780	6.935	7.182	10.360	8.597	6.935	10.152	83.442
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>7.144</b>	<b>7.215</b>	<b>7.197</b>	<b>7.128</b>	<b>6.898</b>	<b>7.032</b>	<b>7.530</b>	<b>8.719</b>	<b>8.185</b>	<b>7.393</b>	<b>7.557</b>	<b>8.046</b>	<b>90.044</b>
<b>GASTOS PERSONAL</b>													
Sueldos y Salarios (-)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Seguridad Social Trabajadores	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Otros Gastos	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	15.816
Total Gastos Generales	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	51.816
<b>EBITDA</b>	<b>2.826</b>	<b>2.897</b>	<b>2.879</b>	<b>2.810</b>	<b>2.580</b>	<b>2.714</b>	<b>3.212</b>	<b>4.401</b>	<b>3.867</b>	<b>3.075</b>	<b>3.239</b>	<b>3.728</b>	<b>38.228</b>
<b>AMORTIZACIONES (AEC)</b>													
Amortización Mobiliario	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	709
Amortización Utillaje	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	21
Amortización Inmobiliado	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	4.903
Amortización EPI	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	52
Total Amortizaciones	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	5.685
<b>EBIT/BAIT</b>	<b>2.352</b>	<b>2.423</b>	<b>2.405</b>	<b>2.336</b>	<b>2.106</b>	<b>2.240</b>	<b>2.738</b>	<b>3.927</b>	<b>3.393</b>	<b>2.601</b>	<b>2.765</b>	<b>3.254</b>	<b>32.543</b>
Intereses préstamos + amortizaciones	856			576			291						1.724
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>856</b>			<b>576</b>			<b>291</b>						<b>1.724</b>
<b>BAT</b>	<b>1.496</b>	<b>2.423</b>	<b>2.405</b>	<b>1.760</b>	<b>2.106</b>	<b>2.240</b>	<b>2.447</b>	<b>3.927</b>	<b>3.393</b>	<b>2.601</b>	<b>2.765</b>	<b>3.254</b>	<b>30.819</b>
Impuesto de Sociedades (25%)	374	606	601	440	527	560	612	982	848	650	691	814	7.705
<b>BN</b>	<b>1.122</b>	<b>1.817</b>	<b>1.804</b>	<b>1.320</b>	<b>1.580</b>	<b>1.680</b>	<b>1.835</b>	<b>2.945</b>	<b>2.545</b>	<b>1.951</b>	<b>2.074</b>	<b>2.441</b>	<b>23.114</b>

## Cuenta de Resultados. Año 2019 (Mensual)

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTALES
Ingresos por ventas	8.642	9.012	10.502	10.953	11.259	11.770	12.461	13.017	17.034	14.067	14.150	17.180	150.047
Gastos por compras													-
Coste de ventas (-)	3.214	3.305	4.042	4.189	4.243	4.967	5.063	5.706	7.926	6.163	6.252	7.512	62.582
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>5.428</b>	<b>5.707</b>	<b>6.460</b>	<b>6.764</b>	<b>7.016</b>	<b>6.803</b>	<b>7.398</b>	<b>7.311</b>	<b>9.108</b>	<b>7.904</b>	<b>7.898</b>	<b>9.668</b>	<b>87.466</b>
<b>GASTOS PERSONAL</b>													
Sueldos y Salarios (-)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Seguridad Social Trabajadores	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Otros Gastos	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	1.318	15.816
Total Gastos Generales	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	4.318	51.816
<b>EBITDA</b>	<b>1.110</b>	<b>1.389</b>	<b>2.142</b>	<b>2.446</b>	<b>2.698</b>	<b>2.485</b>	<b>3.080</b>	<b>2.993</b>	<b>4.790</b>	<b>3.586</b>	<b>3.580</b>	<b>5.350</b>	<b>35.650</b>
<b>AMORTIZACIONES (AEC)</b>													
Amortización Mobiliario	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	59,09	709
Amortización Utillaje	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	1,73	21
Amortización Inmobiliado	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	408,59	4.903
Amortización EPI	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	4,34	52
Total Amortizaciones	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	473,75	5.685
<b>EBIT/BAIT</b>	<b>636</b>	<b>915</b>	<b>1.668</b>	<b>1.972</b>	<b>2.224</b>	<b>2.011</b>	<b>2.606</b>	<b>2.519</b>	<b>4.316</b>	<b>3.112</b>	<b>3.106</b>	<b>4.876</b>	<b>29.964</b>
Intereses préstamos + amortizaciones													
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>													
<b>BAT</b>	<b>636</b>	<b>915</b>	<b>1.668</b>	<b>1.972</b>	<b>2.224</b>	<b>2.011</b>	<b>2.606</b>	<b>2.519</b>	<b>4.316</b>	<b>3.112</b>	<b>3.106</b>	<b>4.876</b>	<b>29.965</b>
Impuesto de Sociedades (25%)	159	229	417	493	556	503	652	630	1.079	778	777	1.219	7.491
<b>BN</b>	<b>477</b>	<b>686</b>	<b>1.251</b>	<b>1.479</b>	<b>1.668</b>	<b>1.508</b>	<b>1.955</b>	<b>1.889</b>	<b>3.237</b>	<b>2.334</b>	<b>2.330</b>	<b>3.657</b>	<b>22.473</b>

### 9.5.2. Cálculo del punto muerto per a cada període

El punto muerto es el número de unidades mínimo que tenemos que vender con tal de que nuestro beneficio sea cero. Teniendo esto claro, a través de la tabla que tenemos a continuación podemos ver la cantidad de ventas mínimas que debemos realizar en los próximos 4 años con tal de que los beneficios sean cero. Una vez superadas esas cantidades, todo beneficio que obtengamos será positivo para “Dela's Tea”.

#### Punto muerto

	2016	2017	2018	2019
<b>Costes Fijos</b>	20.600,00	48.816,00	48.816,00	48.816,00
<b>Margen Bruto</b>	44,83%	57,01%	51,90%	58,29%
<b>Punto Muerto</b>	<b>45.951,59</b>	<b>85.629,84</b>	<b>94.052,83</b>	<b>83.743,81</b>

### 9.6.3. Presupuesto de tesorería mensual/anual

El presupuesto de tesorería es una herramienta que nos permite controlar, seguir y llevar una previsión del dinero disponible y de los diferentes cobros y pagos de nuestra tienda. Es también un mecanismo de control que nos permitirá que estos cobros y pagos se hagan en el momento que determina. Una buena gestión de la tesorería pretende anticiparse a cualquier situación de insuficiencia de dinero. El presupuesto de tesorería nos permitirá saber si podemos hacer frente a los futuros pagos mediante los cobros que tenemos en el mismo periodo considerado.

Observando detalladamente nuestro presupuesto de tesorería, hace falta que destaquemos una serie de características que seguramente llamen más la atención. Para empezar, el importe que aparece en el saldo inicial hace referencia el margen que nos sobra y que tuvimos en cuenta a la hora de la solicitud del préstamo, por si lo necesitábamos por si nos llegábamos a encontrar con situaciones no previstas. Después, el importe de 15.395€ en el saldo de clientes, se señala porque es la cantidad que nuestros clientes nos deben a final de año y que cobraremos en el mes de enero del año 2017. También debemos destacar los 7.101€ del saldo de proveedores, que igual que pasa con clientes, en este caso somos nosotras las que debemos dicha cantidad a final del año 2016.

Teniendo en cuenta estas pinceladas y todo lo demás, acabamos obteniendo una tesorería positiva de 27.391€.

## Presupuesto de Tesorería. Año 2016 (Mensual)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Saldo Inicial							35.852						35.852
Nuestros téis								3.027	3.512	2.303	2.134	3.064	14.040
Refrescos								1.103	1.794	989	924	1.040	5.850
Repostería								2.600	3.210	2.884	1.716	4.215	14.625
Bolsita té 100 g								1.474	2.094	2.527	1.502	1.591	9.188
Bolsita té 200 g								832	1.804	2.256	2.273	2.585	9.750
Bolsita té 500 g								812	1.216	1.524	2.946	2.871	9.369
Nuestros productos								245	242	392	629	30	1.538
Total Ventas								10.093	13.872	12.875	12.124	15.395	64.359
Cobro Ventas								10.093	13.872	12.875	12.124	9.426	58.390
Nuestros téis								3.201	3.563	4.748	3.492	5.888	20.892
Refrescos								2.133	2.941	1.079	1.043	1.864	9.060
Repostería								1.335	938	848	2.483	659	4.561
Nuestros productos								182	137	88	195	392	994
Total Coste Ventas								6.851	7.579	6.763	7.213	7.101	35.507
Stock inicial													
Stock final													
Compras = CV								6.851	7.579	6.763	7.213	7.101	35.507
Pago compras								0	6.851	7.579	6.763	7.213	28.406
Sueldos								2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	10.000
Seguridad Social								1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
Otros gastos								1.720	1.720	1.720	1.720	1.720	8.600
Total Gastos Generales								4.720	4.720	4.720	4.720	4.720	23.600
Cash-Flow Explotación								5.373	2.301	576	641	-2.507	6.384
Préstamo										14.846			14.846
Cash-Flow neto							35.852	5.373	2.301	-14.270	641	-2.507	27.391

#### 9.5.4. EFE

El EFE muestra los cobros y los pagos realizados por la empresa, con tal de informar acerca de los movimientos de efectivo producidos en el ejercicio, debidamente ordenados y agrupados por categorías o tipos de actividades.

Como el primer año obtenemos un resultado de tesorería positivo, lo destinaremos al ahorro para posibles inversiones de cara al futuro.

### EFE

<b>SALDO INICIAL</b>	<b>35.852</b>	
BAIT	2.883	
AEC	2.369	
<b>COSTES FIJOS</b>	<b>5.252</b>	
STOCKS	0	
CLIENTES	-5.969	
PROVEEDORES	7.101	
<b>CF EXPLOTACIÓN</b>	<b>6.385</b>	
PRÉSTAMO	12.671	
INTERESES	2.175	
<b>EFE</b>	<b>27.391</b>	variació
	35.852	inicial
	63.243	final

#### 9.5.5. Balances anuales

Nuestro balance es un documento esencial para conocer el estado en el que se encuentra "Dela's Tea" en un momento determinado. A continuación, presentaremos tanto nuestros balances anuales como las variaciones que se producen en él durante el primer año de vida de nuestro negocio.

## Balance de Situación Final (anual)

ACTIVO	2016	2017	2018	2019
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>78.631 €</b>	<b>75.315 €</b>	<b>75.315 €</b>	<b>75.315 €</b>
Mobiliario	7.091 €	7.091 €	7.091 €	7.091 €
EPI	260 €	260 €	260 €	260 €
Utillaje	104 €	104 €	104 €	104 €
Construcciones	73.545 €	73.545 €	73.545 €	73.545 €
Amortización acumulada mobiliario	-295 €	-709 €	-709 €	-709 €
Amortización acumulada inmovilizado	-2.043 €	-4.903 €	-4.903 €	-4.903 €
Amortización acumulada utillaje	-9 €	-21 €	-21 €	-21 €
Amortización acumulada EPI	-22 €	-52 €	-52 €	-52 €
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>71.637 €</b>	<b>47.311 €</b>	<b>8.784 €</b>	<b>4.035 €</b>
Clientes	5.969 €	15.225 €	17.348 €	16.361 €
Existencias (Materias Primas)	2.425 €	2.425 €	2.425 €	2.425 €
Tesorería	63.243 €	44.886 €	6.359 €	1.610 €
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>150.268 €</b>	<b>122.626 €</b>	<b>84.099 €</b>	<b>79.350 €</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2016	2017	2018	2019
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>47.086 €</b>	<b>65.906 €</b>	<b>67.411 €</b>	<b>66.834 €</b>
Capital	46.608 €	46.608 €	46.608 €	46.608 €
Resultado	478 €	19.298 €	20.803 €	20.226 €
Reserva legal	53 €	2.144 €	2.311 €	2.247 €
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>96.081 €</b>	<b>42.813 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
Deuda bancaria ICO	96.081 €	42.813 €	0 €	0 €
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>7.101 €</b>	<b>13.907 €</b>	<b>16.688 €</b>	<b>12.516 €</b>
Proveedores	7.101 €	13.907 €	16.688 €	12.516 €
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>150.268 €</b>	<b>122.626 €</b>	<b>84.099 €</b>	<b>79.350 €</b>

## Balance de Situación (variaciones 2016)

ACTIVO	INICIAL	VARIACIÓ	FINAL
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>81.000 €</b>	<b>-2.368 €</b>	<b>78.631 €</b>
Mobiliario	7.091 €	0 €	7.091 €
EPI	260 €	0 €	260 €
Utillaje	104 €	0 €	104 €
Constucciones	73.545 €	0 €	73.545 €
Amortización acumulada mobiliario	0 €	-295 €	-295 €
Amortización acumulada inmovilizado	0 €	-2.043 €	-2.043 €
Amortización acumulada utillaje	0 €	-9 €	-9 €
Amortización acumulada EPI	0 €	-22 €	-22 €
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>74.359 €</b>	<b>33.360 €</b>	<b>71.637 €</b>
Clientes	0 €	5.969 €	5.969 €
Existencias (Materias Primas)	38.507 €	-36.082 €	2.425 €
Tesoreria	35.852 €	27.391 €	63.243 €
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>155.359 €</b>		<b>150.268 €</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	INICIAL	VARIACIÓ	FINAL
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>46.608 €</b>	<b>478 €</b>	<b>47.086 €</b>
Capital	46.608 €	0 €	46.608 €
Resultado	0 €	478 €	478 €
Reserva legal	0 €	53 €	53 €
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>108.751 €</b>	<b>-12.671 €</b>	<b>96.081 €</b>
Deuda bancaria ICO	108.751 €	-12.671 €	96.081 €
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0 €</b>	<b>7.101 €</b>	<b>7.101 €</b>
Proveedores	0 €	7.101 €	7.101 €
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>155.359 €</b>		<b>150.268 €</b>

## 9.6. Valoración y viabilidad del proyecto

El estudio de viabilidad consiste en analizar si es posible ejecutar el proyecto y posteriormente poder ponerlo en marcha. Para ello, tendremos que tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que contamos, recursos que necesitamos y nuestra capacidad para conseguirlos. Se trata por lo tanto de un estudio dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de nuestro negocio.

Hecha esta pequeña introducción de en qué consiste la valoración y la viabilidad de nuestro proyecto, vamos a centrarnos más concretamente en cada uno de los aspectos que calcularemos para acabar de comprobar si nuestro negocio será viable.

- **Ratios:** De acuerdo con todos nuestros resultados financieros, hemos procedido al cálculo de las principales ratios que nos muestran los diferentes niveles de eficiencia de la empresa.

### Ratios Financieras

Endeudamiento	
Ratio de endeudamiento = (Pasivo corriente + pasivo no corriente) / Patrimonio neto y pasivo	0,6867
Endeudamiento a corto plazo = Pasivo Corriente / Patrimonio Neto	0,1508
Endeudamiento a largo plazo = Pasivo no Corriente / Patrimonio Neto	2,0405
Autonomia Financiera = Patrimonio Neto / Pasivo	0,4563
Calidad de la Deuda = Pasivo Corriente / (Pasivo + Patrimonio Neto)	0,0473
Gastos Financieros sobre Ventas = Gasto Financiero / Ventas	0,0338
Coefficiente de Garantia y Solvencia = Activo Total / Pasivo	1,4563
Coefficiente de Consistencia o Firmeza = Activo no Corriente / Pasivo no Corriente	0,8184
Análisis de la Financiación del Activo no Corriente	
Coefficiente de Financiación del Activo no Corriente = (Pasivo no Corriente + PN) / Activo no Corriente	1,8207
Liquidez	
Coefficiente de Liquidez o Solvencia a corto plazo = Activo Corriente / Pasivo Corriente	10,0877
Acid Test = (Activo Corriente - Existencias) / Pasivo Corriente	9,7462
Tesoreria = Efectivo y Equivalente (Tesoreria) / Pasivo Corriente	8,9057

- **Análisis de rentabilidad:** Evalúa los resultados económicos de la actividad empresarial. Es importante conocer estas cifras puesto que con un buen análisis financiero podremos entender cuál es la situación financiera, cuáles son nuestras debilidades y fortalezas y qué evoluciones han tenido las rentabilidades.

## Analisis Rentabilidad

	2016
Activo Total	150.268
Recursos Propios	46.608
Recursos Ajenos	96.081
INCN	64.359
<b>BAIT</b>	2.883
Intereses	2.175
<b>BAT</b>	708
Impuestos	177
<b>BN</b>	<b>531</b>

- **Rentabilidad económica:** Este cálculo es deseable que sea lo mayor posible y en concreto mide la eficacia del activo independientemente de cómo este financiado y la capacidad que tenemos para remunerar a los recursos financieros utilizados. En nuestro caso vemos que es casi de un 2%, por lo que cada unidad invertida en el activo total, proporciona un beneficio antes de intereses e impuestos de un 2% más.

### Rendibilidad economica

Rendibilidad economica (Re) = BAIT / Activo Total	1,92%
---	-------

- **Rentabilidad financiera:** La idea de rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado. En otras palabras, refleja el rendimiento de las inversiones. En nuestro caso poseemos una rentabilidad financiera muy positiva.

### Rendibilidad Financiera

Margen = BAIT / Ventas	4,48%
Rotación = Ventas / Activo Total	0,43
Apalancamiento = (Activo / Fondos Propios) * (BAT / BAIT)	0,79
BN / BAT	0,75
<b>Rendibilidad Financiera (Rf)</b>	<b>1,14%</b>

- **VAN:** El VAN es el valor actual neto generado por el proyecto. A partir de los flujos de inversión y considerando un coste de capital del 10% (basándonos en el 8,29% que corresponde al préstamo, y queriendo nosotros una rentabilidad de un 12%, nos queda el 10% aproximadamente si hiciésemos una media), hemos calculado que el VAN del proyecto es negativo por -104.439,67€. Que el análisis del VAN (Valor Actual Neto) haya resultado negativo nos está indicando que la inversión a realizar no será recuperada en el futuro. Es decir, que la suma de los cash-flow de cada ejercicio actualizados al año 0 de la inversión, nos da un VAN negativo de -104.439,67€, de esta forma vemos que el proyecto no es viable.

### VAN

	Inversión Inicial	2016	2017	2018	2019
Flujos Netos de Caja	-155.359,09	531,15	21441,98	23114,46	22473,45
Coste de Capital	0,10				
<b>VAN</b>	<b>-104.439,67 €</b>				

- **TIR:** La TIR de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión y que implica el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En nuestro caso obtenemos una TIR del -24% y eso nos indica que nuestro proyecto no podría asumir costes de financiación. Este resultado viene relacionado también con nuestro VAN negativo.

### TIR

	Inversión Inicial	2016	2017	2018	2019
Flujos Netos de Caja	-155.359,09	531,15	21.441,98	23.114,46	22.473,45
<b>TIR</b>	<b>-24%</b>				

- **PAYBACK:** El Payback se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. En nuestro caso, según los resultados que podemos observar a continuación, calculamos que en nuestro proyecto a fechas del año 2019 todavía no habríamos recuperado la inversión.

### PAYBACK

	Inversión Inicial	2016	2017	2018	2019
Flujos Netos de Caja	-155.359,09	531,15	21.441,98	23.114,46	22.473,45
<b>Flujos de Inversión</b>	<b>-154.827,94</b>	<b>-133.385,96</b>	<b>-110.271,50</b>	<b>-87.798,04</b>	

## 10. CONCLUSIONES

---

Una vez llegado a este punto y, con ello, finalizado nuestro Plan de Empresa, hace falta destacar varias conclusiones importantes que deberemos tener en cuenta. En primer lugar diremos que desde el momento en que se nos ocurre la idea de montar una tetería partimos de la base de que es un negocio totalmente nuevo, ya que no existe a día de hoy. Este hecho hará que nos esforcemos al máximo en el proceso de darnos a conocer y aunque todo nuevo inicio es difícil, tenemos confianza en que conseguiremos llegar al público tarraconense.

Debemos tener en cuenta que la inversión que tendremos que realizar al inicio es bastante costosa y, tal y como se ha podido comprobar a través de las distintas tablas, tardaremos bastante en recuperarla. Aun así, tenemos una actitud positiva porque confiamos al máximo en nuestra idea, creemos que un local como el que nosotras queremos implantar es algo que falta en la ciudad de Tarragona. Es cierto que nos encontraremos con un gran número de competencia, pero eso no nos asusta, más bien todo lo contrario. Tanto nosotras como nuestros trabajadores estamos dispuestos a entregarlo todo y a ofrecer desde el primer día, ya no solo el mejor té, si no el mejor servicio a nuestra clientela.

Actualmente, la actividad económica en nuestro país está bastante deteriorada a causa de la fuerte crisis financiera que nos ha sacudido. Por esto, pensamos que aún tenemos más motivos para llevar a cabo el proyecto y hacer que poco a poco todo esfuerzo que dediquemos en "Dela's Tea" dé sus frutos. El té es una gran novedad y conseguir que en un local creado con el objetivo principal de hacer que la gente pase en él el mejor momento de su ajetreado día, será para nosotras un fantástico reto.

Para finalizar, podemos decir que aún tenemos poca experiencia en el ámbito de los negocios, pero por otra parte también poseemos unas infinitas ganas de que nuestro proyecto pueda llegar lejos y construir a base de esfuerzo y aprendizaje la mejor tetería de toda la provincia de Tarragona. Además, todo y que a primera vista nuestro trabajo no parezca rentable, estamos seguras que con el tiempo conseguiremos cada uno de los objetivos que nos propusimos en un principio.

*Dela's Tea*

# 11. Bibliografía

---

- <http://www.empresaeiniciativaemprededora.com/?Montar-una-Teteria>
- [http://www.habitaclia.com/alquiler-local\\_comercial-carrer\\_portalet\\_del\\_1\\_local\\_en\\_lloguer\\_%C2%A0part\\_alta\\_de\\_t\\_part\\_alta-tarragona-i2827002159740.htm](http://www.habitaclia.com/alquiler-local_comercial-carrer_portalet_del_1_local_en_lloguer_%C2%A0part_alta_de_t_part_alta-tarragona-i2827002159740.htm)
- [https://www.google.es/search?q=teteria&biw=1366&bih=643&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiSmN\\_DtI7MAhUoIJoKHci7DrEQ\\_AUIBygC#tbm=isch&q=teteria+inglesa&imgrc=](https://www.google.es/search?q=teteria&biw=1366&bih=643&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiSmN_DtI7MAhUoIJoKHci7DrEQ_AUIBygC#tbm=isch&q=teteria+inglesa&imgrc=)
- <http://www.ikea.com/es/es/preindex.html>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
- <http://www.teashop.eu/>
- <http://www.teahouse.es/>
- <http://www.alveus.eu/es.html?gclid=CNLM78yOnM0CFY4V0wod41sHLg>
- <http://www.ocompras.com/accesorios/maquina-para-hacer-te>