



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis de un proyecto empresarial
Creación de una agencia de fotografía

Autor/es

Álvaro Sánchez Casabona

Director/es

María Pilar Pellejero

Grado en Finanzas y Contabilidad
Facultad de Economía y Empresa (Campus Río Ebro)
Curso 2016-2017

Lo peor es evadir el riesgo,
no arriesgarse a fracasar

Andrew Grove

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN	4
1.1 JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO	4
1.2 METODOLOGÍA EMPLEADA	5
2 ANÁLISIS DEL ENTORNO	6
2.1 ENTORNO GENERAL. ANÁLISIS PEST	7
2.1.1 Factores políticos	7
2.1.2 Factores económicos	7
2.1.3 Factores socio-demográficos.....	8
2.1.4 Factores tecnológicos	8
2.2 ENTORNO ESPECÍFICO. FUERZAS DE PORTER	9
2.2.1 Intensidad de la competencia actual.....	9
2.2.2 Competidores potenciales	10
2.2.3 Clientes.....	11
2.2.4 Proveedores	12
2.3 ANÁLISIS DAFO	12
3 ESTUDIO LEGAL	14
3.1 ANÁLISIS DE LA FORMA JURÍDICA ELEGIDA	14
3.2 TRAMITES ADMINISTRATIVOS	15
4 PLAN DE MARKETING	19
4.1 DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	19
4.2 MARKETING MIX	19
4.2.1 Producto	20
4.2.2 Comunicación	21
4.2.3 Distribución.....	21
4.2.4 Precio.....	22
5 ANÁLISIS ECONÓMICO	23
5.1 INTRODUCCIÓN	23
5.2 ESTUDIO TÉCNICO DE LA INVERSIÓN INICIAL	23
5.3 HORIZONTE TEMPORAL DEL ESTUDIO	25
5.4 PLAN DE FINANCIACIÓN	25
5.5 PLAN DE VENTAS	25
5.6 PLAN DE EXPLOTACIÓN	26
5.6.1 Coste de personal	26
5.6.2 Costes de arrendamiento	26
5.6.3 Costes de explotación.....	27
5.6.4 Amortizaciones	28
6 ANÁLISIS DE VIABILIDAD	29
6.1 CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA	29
6.2 CÁLCULO DE LA TASA DE ACTUALIZACIÓN	31
6.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	32
6.3.1 Valor actual neto (VAN).....	32
6.3.2 Tasa interna de rentabilidad (TIR)	33
6.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	34

7 CONCLUSIONES	39
8 BIBLIOGRAFÍA	41
8.1 LIBROS	41
8.2 PÁGINAS WEB.....	42
8.3 ARTÍCULOS	43
ANEXOS	44
ANEXO I: Tarifa de precios completa.....	45
ANEXO II: Presupuestos de los proveedores.....	48
ANEXO III: Relación mensual de ingresos	55
ANEXO IV: Relación mensual de gastos.....	61
ANEXO V: Subvención del Gobierno de Aragón.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Principales competidores.....	9
Tabla 2.2: Clientes potenciales	11
Tabla 2.3: Análisis DAFO	13
Tabla 3.1: Características de las formas jurídicas	14
Tabla 4.1: Tarifa	22
Tabla 5.1: Equipo de fotografía.....	23
Tabla 5.2: Equipos informáticos.....	24
Tabla 5.3: Accesorios para la grabación de vídeo	24
Tabla 5.4: Cuota de autónomos	26
Tabla 5.5: Espacios de Coworking	27
Tabla 5.6: Tabla de costes de explotación.....	28
Tabla 5.7: Tabla de amortizaciones	28
Tabla 6.1 Cálculo del resultado	30
Tabla 6.2: Cash Flow.....	30
Tabla 6.3: Estadísticos para el cálculo de la tasa de rentabilidad.....	32
Tabla 6.4: Criterios de decisión VAN	32
Tabla 6.5: Cálculo VAN.....	33
Tabla 6.6: Cálculo del TIR	34
Tabla 6.7: Análisis de sensibilidad general con condiciones iniciales	35
Tabla 6.8: Análisis de sensibilidad general con variación retribución mensual.....	35
Tabla 6.9: Análisis de sensibilidad segmentado.....	36
Tabla 6.10: Escenario pérdida 20% de ingresos en fotografía de prensa y social.....	36
Tabla 6.11: Análisis de sensibilidad con reparaciones	37
Tabla 6.12: Análisis de sensibilidad con robo.....	37
Tabla 6.13: Análisis de sensibilidad con empleado a tiempo parcial	38

RESUMEN

El trabajo consiste en la elaboración de un estudio de viabilidad de un proyecto de inversión de nueva creación. La empresa elegida es una agencia fotográfica ubicada en Zaragoza. El estudio se inicia realizando un análisis del entorno general del país y específico del sector, apoyándonos principalmente en el análisis PEST, las cinco fuerzas de Porter y en el análisis DAFO. Una vez que disponemos del análisis del entorno y conocemos la aceptación que puede tener el proyecto en el mercado, se procede a elaborar el estudio legal donde se escoge la forma societaria que más se adapta al negocio. En el plan de marketing se analiza la competencia, se estudian los precios y se traza la estrategia a través del Marketing Mix. Una vez obtenidos los puntos anteriores se elabora el análisis económico con una relación de ingresos y gastos, inversión necesaria y estudio de los métodos de financiación. Por último, se realiza el estudio de viabilidad que indica la rentabilidad final del negocio, para ello utilizamos las herramientas de valoración del VAN y TIR, así como un análisis de sensibilidad del proyecto frente a diferentes escenarios.

Si los resultados son favorables, se recomienda acometer el proyecto.

ABSTRACT

This Project consists on a viability plan about the creation of a new business. The business chosen is a photo agency based in Zaragoza. The study starts with an analysis of the country and specific sectorial environment, using mainly the PEST analysis, Porter's five forces and SWOT analysis. With these analysis we will know the possibilities of success of the business in the market, and then we will do the legal plan to choose the best corporate structure for the business. With the marketing plan we will analyse the competitors, study the prices and design the strategy from the point of view of Marketing Mix. Once the previous steps have been completed we will do the business plan with incomes and expenses, investment costs and financing methods.

Finally, we do the viability study that calculates the final profitability of the business, for this study we use the NPV and IRR valuation methods, as well as sensitivity analysis against several scenarios.

If we obtain favourable results, we will recommend going forward with the business.

1 INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO

La elección de la línea de trabajo fin de grado de “Análisis de un proyecto empresarial” ha sido motivada principalmente por la gran utilidad que puede resultar en un futuro al estudiar a fondo todos los campos necesarios para iniciar un proyecto emprendedor desde cero. Para llevar a cabo este estudio me han resultado de gran utilidad asignaturas cursadas en el grado como “Análisis y valoración de operaciones financieras”, “Planificación estratégica”, “Fiscalidad de la empresa”, “Planificación fiscal”, “Gestión financiera”, “Introducción al derecho”, “Análisis financiero”, “Gestión de procesos productivos” o “Sistemas de información para el marketing”.

El proyecto escogido para el estudio de viabilidad consiste en una agencia de fotografía con base en Zaragoza, pero con movilidad geográfica para acometer los diferentes proyectos planteados por los clientes.

La elección de esta actividad resulta tras considerar la posibilidad de establecerse por cuenta propia y aumentar los servicios ofrecidos tras trabajar como fotógrafo colaborador de un medio de comunicación y agencia de fotografía locales. Debido al trabajo previo en este sector se dispone de material, lo que hace reducir la inversión inicial. La forma social elegida es empresario individual o lo más comúnmente llamado autónomo, ya que es el modelo que más se adapta a la facturación prevista.

La denominación de la agencia es “Zeta agency” y estará instalada en un espacio de coworking o trabajo colaborativo en Zaragoza, donde se trabaja con otros emprendedores en expansión de sus negocios, considerando la ubicación en esta superficie óptima debido a la gran utilidad de la aceleradora de empresas, la formación que estos brindan, la capacidad de generar sinergias con otros emprendedores y la reducción significativa de gastos fijos frente a la apertura de un local propio.

El objetivo principal del estudio es conocer los distintos factores que van a afectar al proyecto y así poder determinar la viabilidad inicial de este.

Si se determina que el proyecto puede resultar viable y se comienza con la actividad productiva, el estudio puede utilizarse como referencia a la hora de ver si se están cumpliendo los objetivos planteados inicialmente y en el caso de que no se cumplan tratar de estudiar las desviaciones surgidas potenciándolas en el caso de que sean positivas o tratando de corregirlas si son negativas.

1.2 METODOLOGÍA EMPLEADA

El trabajo está distribuido en cinco partes y en cada una de ellas se realiza un estudio en profundidad de los diferentes campos que lo componen como son el entorno, estudio legal, plan de marketing, análisis económico y análisis de viabilidad. El conjunto de todas estas partes nos permite conocer la viabilidad futura del proyecto.

Lo primero que estudiamos es el entorno en el que va a estar emplazado el proyecto. Para realizar este análisis tanto general como específico utilizamos el análisis PEST, las Fuerzas de Porter y el análisis DAFO principalmente.

En el estudio legal se analizan las diferentes formas jurídicas mediante las cuales se podría constituir el proyecto. La elección de la forma jurídica es uno de los puntos más importantes ya que de ella dependen las cargas tributarias.

A la hora de realizar el plan de marketing se utilizará la herramienta del Marketing Mix donde a través de las 4 P's de Kotler y Keller se establecerán los productos ofertados, los precios, así como la estrategia de comunicación y distribución.

En el apartado económico se realiza una estimación lo más aproximada posible de la inversión, ingresos y gastos en un horizonte temporal determinado, en nuestro caso de cuatro años. La elaboración de esta parte debe ser lo más rigurosa posible ya que se parte de los datos obtenidos en este apartado principalmente a la hora de estudiar la viabilidad económica futura del proyecto.

Por último, se toman todos los datos obtenidos en los apartados anteriores y se realizan diversos métodos de valoración con la finalidad de conocer la rentabilidad del proyecto y por lo tanto si es viable acometer la puesta en marcha del negocio. En este estudio utilizamos los métodos VAN y TIR.

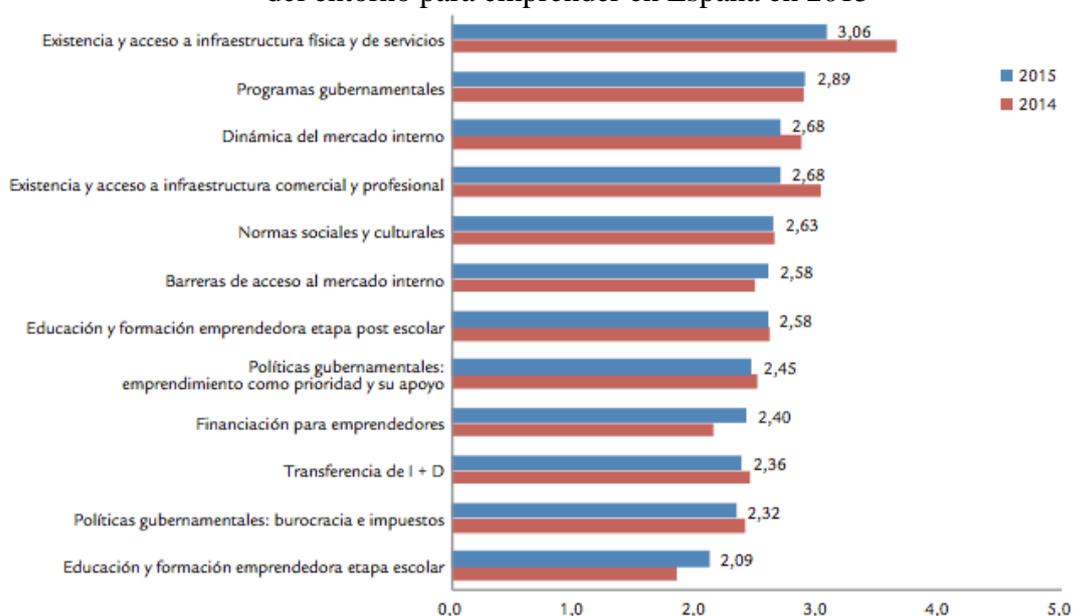
Una vez obtenidos los datos anteriores se realizará un análisis de sensibilidad donde se establecerán diferentes escenarios de precios y demanda que permitirán conocer si el proyecto puede resultar rentable en condiciones adversas.

2 ANÁLISIS DEL ENTORNO

La situación económica y social de España en los últimos años ha propiciado que el emprendimiento sea una de las salidas profesionales por las que ha optado parte de la población que perdió sus trabajos como consecuencia de la crisis.

Estudiando los datos aportados por el Observatorio de Emprendimiento GEM España, un 26% de la población en España percibe posibilidades de emprender en los próximos seis meses.

Gráfico 2.1: Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España en 2015



Fuente: GEM España, NES 2015

Observando el gráfico anterior se puede observar que las condiciones a la hora de comenzar una actividad por cuenta propia en España no son muy ventajosas, con muchos trámites burocráticos y a su vez una formación emprendedora reducida.

Por lo tanto, es necesario trazar un plan correcto antes de comenzar la actividad para conocer de la mejor manera posible los trámites y problemas que nos pueden surgir y así tratar de que el negocio por cuenta propia se consolide en el tiempo.

2.1 ENTORNO GENERAL. ANÁLISIS PEST

El entorno general es definido por Guerras y Navas (2012) como el conjunto de factores exógenos que afectan por igual a todas las empresas que desarrollan su actividad en un momento y/o lugar determinado.

El análisis PEST consiste en analizar los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Este análisis resulta de gran utilidad para conocer el ciclo de vida en el que se encuentra un mercado; este puede ser en crecimiento, maduración o en declive.

2.1.1 Factores políticos

España está regida por una Monarquía Constitucional basada en una democracia parlamentaria con tres poderes fundamentales, ejecutivo, legislativo y judicial.

El poder ejecutivo es el encargado de gobernar y administrar el país, es ejercido por el Presidente del Gobierno, elegido a través de unas elecciones legislativas, el Rey es el Jefe del Estado, pero su poder fundamentalmente es representativo.

El poder legislativo es el encargado de hacer y modificar las leyes, es bicameral. Es ejercido a través de las Cortes Generales formadas por Congreso y Senado.

El poder judicial, es el encargado de administrar la justicia, está encabezado por la corte suprema y los tribunales de justicia y está conformado por jueces.

La situación política actual en España es de cierta inestabilidad con un gobierno en minoría, lo que obliga a realizar pactos continuos con el resto de fuerzas políticas para poder llevar a cabo las diferentes medidas que debe tomar el gobierno.

2.1.2 Factores económicos

España tras varios años de recesión debido a la fuerte crisis económica ha regresado a la senda del crecimiento. Los datos macroeconómicos arrojan datos positivos en comparación con los trimestres anteriores y esto es debido al regreso de la inversión y a la recuperación de los sectores económicos más afectados por la fuerte recesión.

En cuanto a la situación económica del proyecto de inversión estudiado, la fotografía de prensa lleva unos años de cierta inestabilidad debido a la crisis de los medios de comunicación y a la transición desde la prensa en papel a la prensa digital.

El aumento de las ventas por internet mediante e-commerce favorece la expansión de páginas web de comercio electrónico y por lo tanto la necesidad de fotografías de producto para que el producto luzca de la mejor manera posible en las tiendas online.

La fotografía social se encuentra en plena transformación y cada vez los clientes solicitan más un tipo de fotografía diferente a la que se realizaba anteriormente, por lo tanto, un buen posicionamiento en este sector es indispensable para lograr obtener rentabilidad al proyecto.

2.1.3 Factores socio-demográficos

La expansión de la tecnología móvil y de las tecnologías de la información y la comunicación hacen que vivamos en una sociedad donde se suben al día millones de imágenes a las redes sociales, por lo tanto, debido a esta sobresaturación los clientes se vuelven más exigentes al contratar un producto profesional, ya que exigen una clara diferenciación frente a las imágenes que visualizan constantemente en su día a día.

La fotografía en estos momentos está en continua evolución, por lo tanto, hay que mantener una formación continua y orientar los productos a las necesidades de los clientes en cada momento.

La implantación de una tienda online donde poder adquirir imágenes comerciales en soporte digital o impresas tanto para particulares como para empresas es uno de los puntos importantes a estudiar a la hora de comenzar la actividad.

2.1.4 Factores tecnológicos

Como se ha mencionado anteriormente, vivimos en una sociedad continuamente conectada, donde los Smartphone se han convertido en un elemento indispensable en la sociedad actual, y por lo tanto, cada persona dispone de una cámara de fotos y vídeo en su teléfono.

La aparición de las nuevas tecnologías y principalmente de internet, hacen necesario un buen posicionamiento tanto de la página web en los principales buscadores mediante SEO, así como una buena presencia en redes sociales ya que es una fuente de contacto de clientes potenciales. Uno de los principales objetivos que se deben tener a la hora de elaborar más adelante el plan de marketing será lograr un buen posicionamiento en estos aspectos.

Conseguir unas buenas opiniones de los clientes tanto en el “boca a boca” como en redes sociales y portales fotográficos resultará muy importante ya que los clientes potenciales revisan las opiniones antes de contactar o contratar los servicios.

2.2 ENTORNO ESPECÍFICO. FUERZAS DE PORTER

Mediante el estudio del entorno específico nos centramos en el sector en el que se va a desarrollar el proyecto de inversión y se trata de analizar la aceptación en la industria y los posibles competidores para así poder buscar elementos diferenciadores que traten de posicionar nuestro proyecto sobre los que existen en la actualidad.

El análisis del entorno específico se realiza a través del método de las Fuerzas de Porter. El resultado del análisis de estas fuerzas nos da como resultado hasta qué punto es rentable la industria en la que se quiere entrar. ¹

2.2.1 Intensidad de la competencia actual

Con la aparición de Internet la fotografía se ha convertido en un negocio global, ya que con un buen posicionamiento los clientes potenciales que pueden solicitar tus servicios pueden ser de todo el mundo, pero también surgen competidores globales.

En el siguiente cuadro se pueden observar los diferentes competidores:

Tabla 2.1: Principales competidores

Tipo de fotografía	Competidores nacionales	Competidores locales
Prensa	Medios nacionales Medios internacionales Agencias fotografía	Medios locales Freelance locales Organización
Empresas	Estudios nacionales Estudios internacionales	Estudios locales
Deportiva	Equipos Organización Medios nacionales Medios internacionales Agencias fotografía	Equipos Organización Medios locales Freelance locales Agencias fotografía
Social	Estudios nacionales Estudios internacionales	Estudios locales

Tipo de vídeo	Competidores nacionales	Competidores locales
Multimedia	Medios nacionales	Freelance locales
	Medios internacionales	Freelance locales

Fuente: Elaboración propia

¹ Porter M. (1982): *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y la competencia*, Patria

Descripción de los competidores:

- Medios locales, nacionales e internacionales: corresponde a los diferentes medios de comunicación que disponen de soporte gráfico. Los grandes medios internacionales en ocasiones disponen de fotógrafos de plantilla o colaboradores en diferentes puntos del mundo para que realicen coberturas personalizadas.
- Agencias de fotografía: pueden ser las grandes agencias internacionales como pueden ser EFE, Getty Images, AFP, Reuters o agencias locales.
- Estudios locales, nacionales e internacionales: estudios de fotografía donde realizan trabajos de fotografía de producto, social o cobertura de eventos.
- Organización o Equipos: los organizadores de eventos o los equipos deportivos suelen proporcionar a los medios de comunicación notas de prensa que incluyen imágenes.
- Freelance locales: fotógrafos autónomos que trabajan como colaboradores de los medios de comunicación.

2.2.2 Competidores potenciales

*“La amenaza de ingreso en un sector industrial depende de las barreras para el ingreso que estén presentes, junto a la reacción de los competidores existentes que debe esperar el que ingresa”.*²

Las barreras de entrada son los obstáculos que se deben superar para poder llevar a cabo la actividad productiva. En este caso la mayor barrera de entrada es lograr un posicionamiento inicial en el mercado, ya que este tiene un modelo de competencia que se acerca más al perfecto que al monopolístico.

Las empresas establecidas con anterioridad que disponen de una amplia y consolidada cartera de clientes satisfechos no es de esperar que tomen una serie de medidas de inicio para contrarrestar la entrada de un competidor nuevo siempre y cuando este no haya estado constituido anteriormente por cuenta ajena y haya decidido el paso a la puesta en marcha de su propio negocio.

El desembolso inicial a realizar puede ser otra barrera de acceso, ya que si no se dispone previamente de material fotográfico profesional el desembolso es muy elevado y en el caso de que se decidiera la apertura de un local ya sea mediante un traspaso o realizando una apertura desde cero aumentaría de manera considerable el desembolso inicial.

² Porter M. (1997): *Estrategia competitiva*, Continental, México

2.2.3 Clientes

Los clientes al igual que los competidores son globales, por lo tanto, su poder de negociación aumenta. Los clientes que suelen contratar los servicios que se proponen en este proyecto son normalmente medios de comunicación, empresas y particulares.

Tabla 2.2: Clientes potenciales

Tipo de fotografía	Clientes nacionales	Clientes locales
Prensa	Medios nacionales Medios internacionales Agencias fotografía	Medios locales Organización Agencias fotografía
Empresas	Empresas nacionales Empresas internacionales	Empresas locales
Deportiva	Equipos Organización Medios nacionales Medios internacionales Agencias fotografía	Equipos Organización Medios locales Clientes particulares Agencias fotografía
Social	Clientes particulares	Clientes particulares

Tipo de vídeo	Clientes nacionales	Clientes locales
Multimedia	Medios nacionales Medios internacionales	Medios locales

Fuente: Elaboración propia

Descripción de los clientes:

- Medios locales, nacionales e internacionales: medios de comunicación que precisan de soporte gráfico.
- Agencias fotografía: se pueden realizar contratos de colaboración como *stringer*³ con las grandes agencias internacionales como pueden ser EFE, Getty Images, Reuters o AP y realizar coberturas para la posterior venta en sus plataformas.
- Empresas: Empresas que precisen fotografía de producto o cobertura de eventos.

³ *Stringer:* Fotógrafo freelance que contribuye con una agencia de forma continua pero que cobra de forma individual por cada fotografía o reportaje publicado.

- Organización o equipos: los organizadores de los eventos o los equipos deportivos precisan en la mayoría de casos de fotógrafos para la posterior elaboración de notas de prensa, soporte gráfico o redes sociales.

2.2.4 Proveedores

“Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios”.⁴

Los proveedores en el sector fotográfico profesional son tiendas especializadas donde disponen de material que no se suele encontrar en tiendas generalistas o grandes almacenes debido a su alto coste y reducida clientela.

A la hora de realizar una inversión hay que realizar un estudio de mercado de los diferentes proveedores ya que las variaciones de precio pueden ser significativas, también hay que tener en cuenta el tipo de garantía que ofrecen.

En cuanto al proveedor de impresión fotográfica es conveniente realizar un estudio previo y una vez que se haya seleccionado uno mantenerlo para así poder obtener siempre el resultado óptimo y esperado.

2.3 ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO es un resumen de todo el análisis estratégico, tanto interno como externo, al presentar de forma conjunta las principales conclusiones que se derivan del mismo y a su vez da una visión global de la situación en la que se encuentra la empresa para diseñar la estrategia.

El concepto DAFO está formado por las iniciales de las cuatro variables que lo integran: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades

De estas cuatro variables las Fortalezas y las Debilidades hacen referencia a los factores internos de la empresa, y precisamente por ello son los puntos sobre los que resulta más fácil trabajar y obtener resultados visibles a corto - medio plazo, ya que son elementos sobre los que se puede actuar directamente y sobre los que la empresa tiene control y capacidad de cambio.

⁴ Porter M. (1997): *Estrategia competitiva*, Continental, México

Al contrario de las Oportunidades y Amenazas que hacen referencia a los factores externos que afectan a la empresa, y sobre los cuales existe por lo tanto menos capacidad de control ya que no dependen únicamente de las actuaciones de la empresa sino también del entorno en el que se mueve la misma. ⁵

Tabla 2.3: Análisis DAFO

INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Formación en Administración y dirección de empresas</p> <p>Disponibilidad de cartera de clientes local inicial</p> <p>Conocimiento de proveedores</p> <p>Disponibilidad de elementos trabajo reduciendo inversión inicial</p>	<p>Expansión nacional e internacional debido al emplazamiento</p> <p>Poca experiencia en el sector de vídeo multimedia</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Emplazamiento superficie Coworking con clientes potenciales y bajo coste</p> <p>Posicionamiento en Internet y redes sociales</p>	<p>Incertidumbre en el sector de la prensa escrita</p> <p>Grado de competencia alto</p>
EXTERNOS	

Fuente: Elaboración propia

⁵ Promove consultoria e infomacion (2012): *Como elaborar el análisis DAFO*, CEEI Galicia, España

3 ESTUDIO LEGAL

3.1 ANÁLISIS DE LA FORMA JURÍDICA ELEGIDA

La elección de la forma jurídica es uno de los puntos que mayor importancia tiene a la hora de emprender un negocio, para ello hay que tener en cuenta todas las características de la empresa que se va a crear. En el caso de estudio que se está llevando a cabo se deberá elegir entre las formas societarias donde sólo se precisa de un socio para dar comienzo a la actividad productiva.

Uno de los puntos más importantes que se deben tener en cuenta es la responsabilidad que se asume, ya que en el caso de que esta sea ilimitada el socio no solo responde de las deudas con su patrimonio mercantil sino también con el civil.

Otro de los principales puntos a tener en cuenta es el régimen fiscal, ya que dependiendo del volumen de negocio puede ser más ventajoso uno u otro.

En la siguiente tabla se puede observar las diferentes formas jurídicas que se podrían constituir a la hora de comenzar la actividad:

Tabla 3.1: Características de las formas jurídicas

Forma jurídica	Empresario Individual	Emprendedor responsabilidad limitada	Sociedad responsabilidad limitada	Sociedad Anónima
Número de socios	1	1	Mínimo 1	Mínimo 1
Capital social mínimo	No existe	No existe	3.000 €	60.000 €
Responsabilidad	Ilimitada	Limitada con restricciones	Limitada al capital social	Limitada al capital social
Fiscalidad	IRPF	IRPF	Impuesto de Sociedades	Impuesto de Sociedades
Seguridad Social	Autónomo	Autónomo	Régimen general o autónomo	Régimen general o autónomo
Normativa	Código Civil y Código de Comercio	Código Civil, Código Comercio y Ley 14/2013	R D Leg 1/2010 de Sociedades de Capital	R D Leg 1/2010 de Sociedades de Capital

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Aragonés de Fomento

Una vez realizado el estudio de las diferentes formas jurídicas se considera que la más ventajosa es la constitución como empresario individual o lo más comúnmente conocido como autónomo, esto es debido en que en la actualidad hay en marcha un plan de ayuda a emprendedores que supone una reducción de la cuota general durante los dos primeros años, así como una subvención de establecimiento y consolidación como trabajador autónomo del Gobierno de Aragón.

El modelo de fiscalidad de tributación por IRPF es más ventajoso frente al Impuesto de Sociedades con el volumen de facturación que dispone la empresa. No se precisa de un capital social mínimo a la hora de constituir la sociedad frente a otras sociedades que si precisan un mínimo.

El mayor inconveniente que lleva asociado es la responsabilidad Ilimitada del empresario, ya que no sólo se responde de las deudas con el patrimonio mercantil, sino que también se responde con el civil, incluso el de los cónyuges según el régimen matrimonial que se disponga.

3.2 TRAMITES ADMINISTRATIVOS

Para llevar a cabo el inicio de la actividad como empresario individual se deben llevar a cabo los siguientes trámites administrativos:

1) Declaración previa de inicio de actividad y solicitud del CIF:

Este Trámite se lleva a cabo en la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Mediante la declaración previa de inicio de actividad se obtiene el alta en el censo de empresarios y se debe presentar el Impuesto de actividades económicas antes del inicio de la actividad. Para ello se deben presentar los siguientes documentos:

- Número de identificación fiscal: DNI o NIE en el caso de ser extranjero.
- Apellidos, nombre y nombre comercial (si lo tienen).
- Domicilio fiscal: lugar de residencia habitual, para las personas no residentes en España este domicilio será en el Estado de su residencia
- Domicilio a efectos de notificaciones: se puede señalar un domicilio para recibir las notificaciones derivadas de los procedimientos tributarios, si no se indica nada las notificaciones se enviarán al domicilio fiscal.
- Domicilio de gestión administrativa: para las personas físicas residentes, este domicilio es el lugar donde esté efectivamente centralizadas la gestión administrativa y la dirección de sus negocios.

2) Declaración censal de alta

Este Trámite se lleva a cabo en la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT). Se debe presentar el modelo 036 y/o el modelo 037, estos se podrán presentar de forma telemática o de forma presencial en la delegación de la Agencia Tributaria situada en la Calle Albareda, 16 de Zaragoza en este caso.

El **modelo 037** de declaración censal simplificada será utilizado para solicitar el alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores por aquellas personas físicas residentes en las que concurren conjuntamente las siguientes circunstancias:

1. Tengan asignado un Número de Identificación Fiscal
2. No actúen por medio de representante
3. Su domicilio fiscal coincida con el de gestión administrativa
4. No sean grandes empresas
5. No estén incluidos en los regímenes especiales del Impuesto sobre el Valor Añadido, a excepción del régimen simplificado, régimen especial de la agricultura ganadería y pesca, régimen especial de recargo de equivalencia o régimen especial del criterio de caja
6. No figuren inscritos en el registro de operadores intracomunitarios o en el de devolución mensual del IVA
7. No realicen ninguna de las adquisiciones intracomunitarias de bienes no sujetas al Impuesto sobre el Valor Añadido
8. No realicen ventas a distancia
9. No sean sujetos pasivos de Impuestos Especiales ni del Impuesto sobre Primas de Seguros
10. No satisfagan rendimientos de capital mobiliario

El **modelo 036** de declaración censal. Este modelo puede ser utilizado, con carácter general, por cualquier obligado tributario que deba cumplir con la obligación tributaria formal de presentar dicha declaración.

En caso de modificación o baja se debe presentar el modelo otra vez con la información actualizada.

3) Inscripción de la empresa

Este trámite se lleva a cabo en la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)

La TGSS asigna al empresario un número de identificación denominado cuenta de cotización. En este caso será inscrito en el Régimen General de la Seguridad Social.

Documentación necesaria en caso de ser empresario individual:

- Modelo oficial de solicitud → Modelo TA.6.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

4) Alta en la Seguridad Social de trabajadores autónomos

Este trámite se lleva a cabo en la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)

Este régimen regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos, entendiéndose que un trabajador por cuenta propia o autónomo realiza de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo.

Se debe presentar el modelo TA0521

5) Alta en el Impuesto de Actividades Económicas

Este Trámite se lleva a cabo en la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).

El IAE o Impuesto de Actividades Económicas es un impuesto que se aplica tanto a autónomos como a sociedades, por el hecho de realizar una actividad empresarial, profesional o artística en territorio español.

Modelo oficial de solicitud → Modelo 840.

Refiriéndonos a los epígrafes del IAE nos encontramos la agrupación 97 servicios personales, grupo 973 servicios fotográficos, máquinas automáticas, fotografías y servicios de fotocopias. Epígrafe 973.1 servicios fotográficos.

Este impuesto se debe de abonar si se factura más de un millón de euros anuales, por lo que con el volumen de facturación estimado no se debería abonar, pero es obligatorio darse de alta.

6) Obtención del libro de visitas

Este trámite se lleva a cabo en la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS)

Es un libro obligatorio donde los Inspectores de trabajo anotan las incidencias detectadas con motivo de las visitas realizadas a la empresa o documentación presentada por el empresario.

Clases de libros de visitas:

- Convencional o en papel. Cada ejemplar del Libro de Visitas deberá ser habilitado por el Jefe de la Inspección de la Provincia donde radique el centro de trabajo, para ello debe acudir a dicha Inspección con el Libro donde se habrán cumplimentado los datos de la empresa.
- Electrónico (LVe). Las empresas podrán solicitar la sustitución del libro en papel por el alta en la aplicación informática del Libro de Visitas electrónico. Deberán garantizar que cada centro de trabajo cuenta con al menos un ordenador personal con dispositivo de lector de tarjetas inteligentes con acceso habilitado, a través de Internet, a la aplicación del LVe.

4 PLAN DE MARKETING

El plan de marketing queda justificado por la necesidad de buscar la información necesaria sobre la situación del mercado y del entorno directo en el que se entrará a formar parte en el momento de creación de la nueva empresa.

4.1 DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La gestión de la empresa en general y la de marketing en particular deben basarse en un pilar básico: la planificación. Las razones que justifican el plan de marketing son:

- Los cambios del entorno, para anticiparse a los mismos.
- La necesidad de disponer de unos medios que permitan evaluar los resultados de la empresa.⁶

Debido a que se trata de la creación de una nueva empresa, los objetivos iniciales deben centrarse en la penetración en el mercado, ya que existen competidores directos ya establecidos que ofrecen servicios similares a los nuestros.

Las primeras medidas tratarán de dar a conocer el negocio en empresas orientadas principalmente al comercio electrónico, para ello se contactará con ellas a través de visitas presenciales, mailing y redes sociales. Otros de los principales nichos de mercado es el de la fotografía social, para ello se debe elaborar una buena presentación de trabajos en la página web y en los perfiles de redes sociales, principalmente Facebook e Instagram. Se establecerá un plan de actuación con publicidad y posicionamiento en redes sociales, estableciendo diferentes filtros para que la información llegue solamente a los posibles clientes potenciales.

Una vez que se haya dado a conocer la empresa es el momento de fidelizar el mercado y conseguir que los clientes recomienden los servicios prestados, esto es primordial sobre todo en el sector de la fotografía social.

4.2 MARKETING MIX

Podemos definir el Marketing Mix como el conjunto de herramientas y variables que se utilizan en el marketing para la consecución de objetivos. Podemos destacar las 4 P's: Producto (Product), Precio (Price), Comunicación (Promotion) y Distribución (Placement).⁷

⁶ Rajadell, M. (2003): *Creación de empresas*, Edicions UPC, Barcelona, España

⁷ Kotler, P. y Keller, K. (2012): *Marketing Management*, Pearson

Este esquema nos permite llevar a cabo un plan de marketing adecuado que nos ayudará a conseguir los objetivos fijados. Todas las variables anteriores son denominadas variables comerciales, se encuentran bajo el control de la empresa y pueden ser divididas en variables tácticas y estratégicas. El precio y la comunicación son las variables tácticas ya que se pueden modificar a corto plazo, mientras que el producto y la distribución son las consideradas variables estratégicas ya que no se pueden modificar con facilidad a corto plazo.

4.2.1 Producto

Los productos ofrecidos por la agencia se dividen entre fotografía y vídeo.

En cuanto a fotografía se ofrecen los siguientes servicios:

- Fotografía de prensa: Fotografías de situaciones de prensa diaria, es decir, cualquier tipo de fotografía que sea solicitada por medios de comunicación con objeto de ser publicable, tratando de narrar en cada toma lo que sucede para que el lector pueda crear una imagen de la realidad.
- Fotografía para empresas: En este caso distinguimos entre fotografía para tiendas online o e-commerce, fotografía Look-Book o cobertura de eventos
 - Fotografía e-commerce: tiendas online, web... Fotografías descriptivas, sobre fondo blanco, con una iluminación que permita apreciar todos los detalles.
 - Fotografía Look-Book: revistas, anuncios, banners... Fotografías que requieren un trabajo minucioso y para las cuales puede ser preciso utilizar atrezzo, modelos o diferentes fondos.
 - Cobertura de eventos: cobertura personalizada de todo tipo de eventos como, por ejemplo, entregas de premios, inauguración de instalaciones o visitas institucionales.
- Fotografía deportiva: Cobertura personalizada de eventos deportivos a nivel personal, nacional o internacional, como pueden ser partidos de fútbol, baloncesto, tandas de motociclismo o grandes eventos como Moto GP o Superbikes.
- Fotografía social: Especialización en fotografía de bodas, pero sin descartar en el caso de que se solicite otro tipo de reportajes.

Servicios ofrecidos de vídeo:

- Vídeo Multimedia: el vídeo multimedia es un formato emergente nacido como renovación del fotoperiodismo donde se fusiona la fotografía, el vídeo y las entrevistas.

4.2.2 Comunicación

Los objetivos del plan de marketing van a ser cambiantes en el tiempo dependiendo del periodo en el que se encuentre la empresa, por lo tanto, la estrategia de comunicación va a ser cambiante también.

Las principales acciones de comunicación se van a llevar en las redes sociales Facebook e Instagram, debido a que es una forma económica de llegar a un gran número de clientes potenciales. También se realizará mailing selectivo y visitas a empresas para dar a conocer los servicios que ofrecemos.

En cuanto a la publicidad en redes sociales, esta está principalmente enfocada a la fotografía social, por lo tanto, se deberá hacer más hincapié en los periodos de contratación comprendidos entre septiembre y mayo.

Una buena presencia de los buscadores WEB a través de posicionamiento SEO es necesaria para poder llegar así a clientes potenciales que realicen búsquedas a través de Internet.

4.2.3 Distribución

La distribución de las fotografías de prensa y deportiva se realizará normalmente a través de la página web donde habrá un apartado de tienda online donde se podrán comprar las fotografías y tras pasar por la pasarela de pago se recibirá un e-mail con el producto a máxima resolución.

En el caso de la fotografía de empresas y fotografía social el cliente tendrá un usuario y contraseña, para poder proceder a descargar las fotografías.

En cuanto al vídeo, debido al gran volumen de archivo, se procederá a enviar por WeTransfer u otro servicio en la nube.

Se establecerán conciertos con empresas de impresión y mensajería para enviar los álbumes de boda o fotografías impresas.

4.2.4 Precio

A la hora de fijar los precios existen dos condicionantes, los factores internos y los externos. De los factores internos se dispone de cierto control ya que estos dependen de los costes, los objetivos de la empresa y las variables del Marketing Mix y por lo tanto se pueden modificar en el caso de que los resultados obtenidos no sean los esperados. Los factores externos son los que provienen de fuera de la empresa y no se puede tener control como son la demanda y la competencia.

Para la realización de la tarifa se ha utilizado el método de fijación de precios basado en la competencia, ya que al ser una empresa de nueva creación su posición competitiva va a ser la de seguidora de precios imitando el comportamiento de empresas ya asentadas en el sector. Para ello se ha establecido una tarifa de precios similar a la competencia más directa.

Tabla 4.1: Tarifa

Derechos editoriales con fin comercial		Fotografía de producto:	
Uso:	Precio mínimo:	Volumen de productos	Precio Foto
Galería para página web	50 €	5 a 10 productos	15 €
Portada de periódico	60 €	11 a 30 productos	13 €
Interior de periódico	30 €	31 a 50 productos	10 €
Publicidad soporte digital	200€	51 a 100 productos	8 €
Publicidad anuncios impresos	200€	101 a 300 productos	6 €
Portada de libro	400€	301 a 500 productos	5 €
Interior de libro	300€	501 a 1000 productos	4 €
Portada de revista	300€	1001 a 3000 productos	3 €
Interior de revista	100€		
Fotografía social		Vídeo multimedia	
Producto	Precio	Guionizado	60 €
Boda	1.500 €	Horas grabación	40 €
Preboda	150 €	Horas edición	35 €
Postboda	150 €		
Álbumes extra	150 €	Fotografía eventos deportivos	
		Coste diario	250 €

Fuente: Elaboración propia

* Ver anexo I para ver la tarifa completa

5 ANÁLISIS ECONÓMICO

5.1 INTRODUCCIÓN

En el análisis económico se va a proceder a estudiar cuáles son los recursos necesarios y su volumen para poder llevar a cabo el proyecto. Para ello se empezará calculando la inversión inicial, el tipo de financiación, el plan de ventas y el de explotación.

5.2 ESTUDIO TÉCNICO DE LA INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial consta de todas las cantidades que se deberán desembolsar antes de comenzar el proyecto para poder adquirir los activos necesarios para poder comenzar con la explotación.

La inversión inicial estará formada por los siguientes elementos:

- Equipo de fotografía: se va a realizar la adquisición de una cámara réflex, así como diferentes ópticas y tarjetas de memoria. La cámara de fotos nos permitirá tanto tomar fotografías como grabar vídeo a máxima calidad; al disponer de un modelo profesional dispondremos de una gran tasa de disparo, un enfoque preciso, así como posibilidad de grabar vídeo a resolución 4K.

Los objetivos cubren todo el rango focal, desde un gran angular (*Sigma 18-35*) que será de gran utilidad en el fotoperiodismo debido a su gran versatilidad y gran luminosidad junto con el teleobjetivo corto (*Nikon 70-200*), hasta un teleobjetivo de gran distancia (*Nikon 400*) que es apropiado para la cobertura de eventos deportivos. Los flashes al disponer de un generador externo a batería nos permitirán poder utilizarlos en cualquier emplazamiento adaptándonos en todo momento a las necesidades de los clientes.

Tabla 5.1: Equipo de fotografía

Equipo de fotografía		
Producto	Descripción	Importe
Nikon D5	Cámara de fotos	6.399,00 €
Sigma 18 - 35 1,8	Objetivo angular	799,00 €
Nikon 70-200	Teleobjetivo	1.199,00 €
Nikon 400 2,8	Teleobjetivo	5.000,05 €
Elinchrom Ranger Quadra	Flash portátil	2.006,51 €
4* Lexar XQD 32 GB	Tarjetas de memoria	243,64 €
Total equipo fotografía		15.647,20 €

Fuente: Elaboración propia con presupuestos de los proveedores

- Equipos informáticos: se va a proceder a adquirir un ordenador portátil, un monitor externo y discos duros para almacenar las fotografías y vídeos.

El ordenador portátil nos permitirá trabajar en cualquier emplazamiento tanto en edición de fotografía como de vídeo.

En cuanto a los discos duros se dispone de uno externo con el que se realizarán copias de seguridad de los trabajos en el mismo emplazamiento y dos discos duros NAS que servirán para realizar copias de seguridad de todos los archivos y poder acceder a ellos a través de internet.

Un disco duro se encontrará en la oficina y el otro en un emplazamiento distinto para que, en el caso de robo, incendio, etc la información quede preservada.

Tabla 5.2: Equipos informáticos

Equipos informáticos		
Producto	Descripción	Importe
Mac Book Pro 13"	Ordenador	2.449,00 €
Dell UltraSharp 25"	Monitor	386,23 €
Laccie Rugged 2TB	Disco duro portátil	148,90 €
NAS Synology 16 TB	Servidor NAS	139,15 €
NAS Synology 16 TB	Servidor NAS	139,15 €
Total equipos informáticos		3.123,28 €

Fuente: Elaboración propia con presupuestos de los proveedores

- Accesorios para la grabación de vídeo: en este apartado podemos ver los accesorios necesarios para poder realizar grabación de vídeo y audio.

Tabla 5.3: Accesorios para la grabación de vídeo

Accesorios grabación video		
Producto	Descripción	Importe
Manfrotto 190 X3 +2W MK	Trípode con rótula video	279,00 €
Rode Lavalier	Micrófono solapa	169,00 €
Rode Videomic	Micrófono externo	95,00 €
Zoom H4N	Grabadora externa	249,00 €
Wallimex Follow focus	Follow Focus	169,00 €
Total accesorios grabación video		961,00 €

Fuente: Elaboración propia con presupuestos de los proveedores

* Ver anexo II para ver los presupuestos de los proveedores.

5.3 HORIZONTE TEMPORAL DEL ESTUDIO

El número de años escogidos para el horizonte temporal del estudio es de 4 años, esto es debido a que, aunque se espera que la empresa continúe en funcionamiento, a los 4 años habría que realizar una valoración del material ya que después de este tiempo de uso profesional, principalmente en la cámara, los flashes y el ordenador sería necesario el estudio de un cambio por un modelo nuevo o una gran reparación.

En el caso de los objetivos, se espera que pudieran continuar funcionando y si fuera necesario se enviarían a revisar al servicio técnico para su engrase y puesta a punto.

5.4 PLAN DE FINANCIACIÓN

Como se ha indicado en el apartado 5.2 la inversión inicial necesaria es de 19.731,49 euros, por lo tanto, para su financiación se ha optado por financiación propia debido al moderado importe y así poder evitar el pago de gastos financieros que se asocia a la financiación ajena.

5.5 PLAN DE VENTAS

Para estimar los ingresos se ha diferenciado entre fotografía y vídeo multimedia; dentro de la fotografía se encuentra la fotografía de prensa, fotografía para empresas, documentación de eventos deportivos y fotografía social.

En estos momentos la fotografía de prensa se encuentra en un momento de cierta incertidumbre debido a la transición que se está llevando a cabo entre los medios escritos y los digitales; en el estudio se han mantenido los ingresos de este apartado debido a esta incertidumbre en el sector.

La fotografía para empresas consiste en la realización de los diferentes productos que tiene una empresa ya sea para un catálogo, anuncio, etc; debido a la expansión del e-commerce las empresas cada vez solicitan más unas fotografías de calidad para la inclusión en sus tiendas on-line.

Los organizadores de eventos deportivos tienen la necesidad de disponer de fotografías de sus eventos ya sea para poder elaborar notas de prensa, actualizar los perfiles en las redes sociales, o en el caso de que sea un evento privado entregar a los clientes a modo de recuerdo de la experiencia, por lo tanto, unas buenas fotografías en una sociedad sobresaturada de imágenes son un gran elemento diferenciador para conseguir clientes potenciales.

En lo relativo a fotografía social se centra en la fotografía documental de bodas, en este sector hay una gran competencia y se debe tratar de crear un trabajo diferenciador valorado por los clientes para crearse un nicho de mercado.

El vídeo multimedia es un nuevo formato orientado a prensa, que consiste en fusionar clips de vídeo con fotografías que documentan lo que el vídeo está narrando, al ser un formato que está comenzando en estos momentos, es una buena oportunidad para posicionarse en el mercado.

** Ver anexo III para ver la relación mensual de ingresos*

5.6 PLAN DE EXPLOTACIÓN

5.6.1 Coste de personal

Al estar constituido como trabajador autónomo el coste de personal parte de la cuota de autónomos, al ser el empresario menor de 30 años y no haber estado dado de alta como autónomo en los últimos 5 años, vamos a acogernos a la *Ley 31/2015* de medidas para el apoyo del emprendedor, donde se fijan los siguientes pagos:

Tabla 5.4: Cuota de autónomos

Cuota de autónomos	
Mes 1 - 6	50,00 €
Mes 7 - 12	129,57 €
Mes 13-18	181,39 €
Mes 19 - 30	181,39 €
Resto de meses	259,13 €

Fuente: Elaboración propia con datos Ley 31/2015

En el caso de que se requiriera la disponibilidad de otro fotógrafo para un determinado evento, este debería disponer de la capacidad de emitir una factura por sus servicios para su posterior abono.

5.6.2 Costes de arrendamiento

A la hora de estudiar el emplazamiento se ha descartado la apertura de un local y se ha optado por la instalación en una superficie de coworking o trabajo cooperativo.

Esto es debido a que la gran parte del trabajo que se realizará no precisa de la disponibilidad de un espacio destinado para instalar un estudio.

Otra de las grandes ventajas que tiene la superficie de coworking es que se convive con un gran número de emprendedores de diferentes sectores y, por lo tanto, se pueden formar sinergias y aumentar la cartera de negocio.

En Zaragoza hay varios espacios dedicados al coworking, en este caso se ha decidido por la instalación durante dos años en el vivero de emprendedores de Zaragoza Activa situado en la Calle Mas de las Matas 20, en el edificio de la Azucarera.

Una vez ha transcurrido el plazo máximo de permanencia de dos años en Zaragoza Activa se ha decidido pasar a alquilar una de las oficinas en “La Terminal” ubicada en Etopía, Centro de Arte y Tecnología situado en la Avenida Ciudad de Soria 8.

En ambos espacios mediante el periodo en el que estás instalado en ellos se realiza un seguimiento del proyecto, asesoramiento empresarial, formación, promoción y mentoring, por lo que puede llegar a resultar de gran ayuda en los momentos de inicio del proyecto.

En ambos emplazamientos se dispone de una oficina privada en la que poder trabajar y el acceso a una sala de reuniones donde poder recibir a los clientes.

Con el pago de la oficina van incluidos los costes de seguridad, limpieza, mantenimiento, luz e internet.

Tabla 5.5: Espacios de Coworking

Zaragoza Activa		La Terminal		Servicios incluidos
Importe/mes:	174,99 €	Importe/mes:	302,50 €	Luz
Duración:	Año 1 y 2	Duración:	Año 3 y 4	Internet
Oficina:	13 m2	Oficina:	20 m2	Limpieza
Sala de reuniones:	SI	Sala de reuniones:	SI	Seguridad

Fuente: Elaboración propia con datos de Zaragoza Activa y La Terminal

5.6.3 Costes de explotación

Debido a que los principales costes de suministros van incluidos en el alquiler de los locales este apartado se ve reducido de forma considerable.

Se deberá adquirir una tarifa de teléfono móvil que disponga a su vez de una buena conectividad a máxima velocidad para poder enviar las fotografías de la manera más rápida posible.

También en este apartado habría que incluir el hosting web, donde estará alojada la página web y la tienda online.

En cuanto a programas informáticos, será preciso contratar las licencias de Adobe Photoshop y Adobe Lightroom,

Tabla 5.6: Tabla de costes de explotación

Costes de explotación mensuales	
Descripción:	Importe:
Adobe Photoshop + Lightroom	12,09 €
Teléfono móvil	28,00 €
Hosting web	15,00 €

Fuente: Elaboración propia

* Ver anexo IV para ver la relación mensual de gastos.

5.6.4 Amortizaciones

Para la realización de las tablas de amortización de los activos adquiridos se han utilizado los coeficientes facilitados por la Agencia Tributaria.

Todos los activos han sido amortizados en 4 años. No se considera valor de enajenación de los activos tras la amortización total ya que después de este periodo debido a su uso intensivo y a la obsolescencia tecnológica el valor de venta será próximo a cero.

A continuación, se indican los diferentes inmovilizados junto con su precio de adquisición, coeficiente máximo de amortización, años máximos en los que se podría amortizar y porcentaje amortizado cada año.

Tabla 5.7: Tabla de amortizaciones

Producto	Precio	Coef max	Años max	% amort	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Nikon D5	6.399 €	30	8	25%	1599,75	1599,75	1599,75	1599,75
Sigma 18-35	799 €	30	8	25%	199,75	199,75	199,75	199,75
Nikon 70-200	1.199 €	30	8	25%	299,75	299,75	299,75	299,75
Nikon 400	5.000 €	30	8	25%	1250,01	1250,01	1250,01	1250,01
Flash	2.007 €	30	8	25%	501,63	501,63	501,63	501,63
MacBook Pro	2.449 €	26	10	25%	612,25	612,25	612,25	612,25
Monitor Dell	386 €	26	10	25%	96,56	96,56	96,56	96,56
Trípode	279 €	30	8	25%	69,75	69,75	69,75	69,75
Micrófono	169 €	30	8	25%	42,25	42,25	42,25	42,25
Micrófono	95 €	30	8	25%	23,75	23,75	23,75	23,75
Grabadora	249 €	30	8	25%	62,25	62,25	62,25	62,25
Follow focus	169 €	30	8	25%	42,25	42,25	42,25	42,25
TOTAL AÑO (€)					4799,95	4799,95	4799,95	4799,95

Fuente: Elaboración propia con datos de proveedores y Agencia Tributaria

6 ANÁLISIS DE VIABILIDAD

La elaboración de un análisis de viabilidad resulta de obligado cumplimiento a la hora de estudiar un proyecto de inversión ya que se involucran grandes cantidades de recursos financieros para la puesta en funcionamiento, principalmente en la compra de activos que una vez adquiridos disminuyen sustancialmente su valor de enajenación.

Un proyecto de inversión queda definido, desde el punto de vista de su evaluación económica, por tres parámetros: Horizonte temporal (n), Inversión inicial (I_0) y los flujos futuros esperados de fondos (F_t).⁸

Tanto el horizonte temporal, como la inversión inicial han sido definidos en apartados anteriores, por lo que a continuación se va a proceder a realizar el cálculo de los flujos de caja.

6.1 CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA

El concepto de Cash Flow ha variado desde su aparición en Estados Unidos en torno a 1958 ya que el concepto inicial de Cash Flow era el de flujos de caja o tesorería respondiendo a una visión dinámica del término. En estos momentos se considera como la suma de beneficios y amortizaciones (recursos generados) y dependiendo del país de estudio y del autor se incluirán en él los dividendos, provisiones, etc.⁹

En este caso vamos a tomar la fórmula de cálculo del Cash Flow económico que se obtiene sumando al beneficio neto de explotación la amortización del período ya que es un gasto que no se paga.¹⁰

$$\text{Flujo de caja} = \text{Beneficio neto de explotación} + \text{Amortizaciones}$$

El uso del Cash Flow nos permite tratar de concretar nuestras disponibilidades financieras, es decir, el efectivo que la empresa va a ser capaz de generar en un periodo de tiempo dado.

Una de las principales limitaciones del Cash Flow viene dada por la regla de devengo, ya que el Cash Flow computa como tesorería los beneficios contables y en ocasiones puede tener en cuenta trabajos de los que se ha facturado su venta y contabilizado su beneficio, pero no han sido cobrados debido a que estas ventas han sido aplazadas y serán cobradas en el próximo ejercicio o en el peor de los casos no son cobradas.

⁸ Loring, J. (2004): *La gestión financiera*, Deusto, Barcelona, España

⁹ González, J.(2011): *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*, Pirámide

¹⁰ Amat, O.(2002): *Análisis de estados financieros*, Ediciones Gestión 2000 S.A., Barcelona, España

A continuación, se expone el cálculo del resultado y los flujos de caja sobre los 4 años de horizonte temporal del proyecto:

Tabla 6.1 Cálculo del resultado

DESCRIPCION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Fotografía de prensa		10.611,70	10.430,20	10.248,70	10.369,70
Fotografía para empresas		5.662,80	7.623,00	8.415,55	10.260,80
Fotografía deportiva		3.025,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00
Fotografía social		12.705,00	17.242,50	25.773,00	29.947,50
Vídeo Multimedia		2.019,19	2.622,68	2.926,69	3.112,73
Subvenciones		4.000,00	1.000,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		41.448,16	42.548,38	50.993,94	57.320,73
Cuota autónomos		1.077,39	2.176,69	2.643,13	3.109,56
Oficina		2.099,88	2.099,88	4.392,30	4.392,30
Programas informáticos		145,08	145,08	145,08	145,08
Hosting web		180,00	180,00	180,00	180,00
Teléfono móvil		336,00	336,00	336,00	336,00
Costes explotación		5.194,53	6.524,93	8.736,81	9.964,96
Gastos desplazamiento		3.402,37	4.154,84	5.099,39	5.732,07
Publicidad		2.783,00	2.783,00	2.783,00	2.783,00
Sueldo autónomo		13.200,00	14.520,00	15.972,00	17.569,20
Amortizaciones		4.799,95	4.799,95	4.799,95	4.799,95
TOTAL GASTOS		33.218,20	37.720,37	45.087,65	49.012,12
RTDO ANTES IMPUESTOS		8.229,96	4.828,01	5.906,28	8.308,61
IRPF		970,81	1.406,13	1.459,06	3.393,38
Impuestos asociados actividad		0,00	0,00	0,00	0,00
RTDO DESPUÉS IMPUESTOS		7.259,15	3.421,88	4.447,22	4.915,23
RESULTADO ACUMULADO		7.259,15	10.681,03	15.128,25	20.043,49

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.2: Cash Flow

CÁLCULO DEL CASH FLOW					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Inversión inicial	-19.731,49				
Resultado antes de impuestos		8.229,96	4.828,01	5.906,28	8.308,61
Amortizaciones		4.799,95	4.799,95	4.799,95	4.799,95
IRPF		-970,81	-1.406,13	-1.459,06	-3.393,38
Impuestos asociados actividad		0,00	0,00	0,00	0,00
CASH FLOW BRUTO	-19.731,49	12.059,10	8.221,83	9.247,17	9.715,18

Fuente: Elaboración propia

6.2 CÁLCULO DE LA TASA DE ACTUALIZACIÓN

Para llevar a cabo la valoración económica de la inversión es necesario utilizar una tasa de descuento para valorar los flujos de efectivo calculados en el apartado anterior. Para ello vamos a utilizar el coste medio ponderado del capital (WACC) que se ha invertido, donde se tiene en cuenta el coste de oportunidad de las dos fuentes de financiación: propia y ajena así como la proporción entre ellas.¹¹

$$\text{WACC} = \frac{RP}{RP+D} * k_e + \frac{D}{RP+D} * k_d * (1 - t)$$

Dónde:

- RP = Valor contable de los recursos propios
- D = Importe de las deudas
- k_e = Coste de los recursos propios
- k_d = Coste de la deuda
- t = Tipo impositivo aplicado

En nuestro caso, este modelo se simplifica, ya que, al no recurrir a financiación ajena, dado que el total de la inversión se financia con recursos propios, se elimina la segunda parte de la ecuación y se obtiene un WACC igual al coste de los recursos propios.

Se considera que la rentabilidad mínima que exige un propietario cuando coloca sus recursos en una empresa es la suma de dos componentes:¹²

$$k_e = i + P \quad \text{Dónde: } i = \text{Tasa libre de riesgo} \quad \cdot P = \text{Prima de riesgo}$$

La tasa libre de riesgo es el rendimiento obtenido si se colocan los recursos disponibles en deuda del tesoro, siempre que dicha deuda sea de un país solvente y no presente riesgo.

La rentabilidad de la deuda española a 5 años se encuentra en un 0,399%.

La prima de riesgo reconoce que las inversiones empresariales son arriesgadas y por lo tanto no existe seguridad en la rentabilidad esperada, exigiendo por lo tanto una rentabilidad superior a la tasa libre de riesgo.

La tasa de rentabilidad o coste de los recursos se ha calculado en base a la investigación “La tasa de descuento en la valoración de Pymes” realizada por el Catedrático de la Universidad de Almería *Alfonso A. Rojo Ramírez* junto con *Juana Alonso Cañadas*, donde indican que en las pymes se puede estimar la rentabilidad mínima mediante el uso de dos modelos, el modelo AECA y CAPM¹³.

Las tasas de actualización se agrupan en torno a 11,85% y 9,40% respectivamente, de acuerdo a la siguiente tabla disponible en el artículo citado.

¹¹ Broto, J. (2016): *Apuntes asignatura valoración de empresas Tema 1*, UNIZAR

¹² Grinblatt, M. Y Titman, S. (2003): *Mercados financieros y estrategia empresarial*, Mc-GrawHill

¹³ AECA = Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas
CAPM = Capital Asset Pricing Model: Modelo de Valoración de Activos de Capital

Tabla 6.3: Estadísticos para el cálculo de la tasa de rentabilidad

	Media	Mediana	Varianza	Desv. típ.
$k_{e_{AECA}}$	0,118566884	0,113127548	0,000553	0,023522
$k_{e_{CAPM}}$	0,094029521	0,0935125	0,000497	0,022296
VE_{AECA}	363.587.117,25	59357636,39	7,97E+17	8,93E+08
VE_{CAPM}	446.116.543,71	76100013,88	1,18E+18	1,09E+09
DIF VALOR (€)(*)	73.353.700,54	82.529.426,47	4,97E+16	2,23E+08
VVALOR (%)(&)	0,196138302	0,19750257	0,03466	0,186173

(*) Diferencia del valor entre VE_{CAPM} y VE_{AECA} , expresado en euros.

(&) Diferencia de valor entre VE_{CAPM} y VE_{AECA} según la [Ecuación 9] expresado en %.

Fuente: La tasa de descuento en la valoración de Pymes, UAL

Por lo tanto estimando una prima de riesgo del 9,6% , se obtiene el siguiente resultado:

$$k_e = i + P \rightarrow k_e = 0,399\% + 9,6\% \rightarrow k_e = 10\%$$

6.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

Una vez que se dispone de los flujos de efectivo y la tasa de descuento, tenemos los principales componentes necesarios para poder llevar a cabo el análisis de la rentabilidad del proyecto de inversión. En nuestro caso vamos a utilizar los modelos dinámicos, más concretamente el VAN y el TIR, ya que son modelos más fiables que los estáticos que sólo tienen en cuenta un momento en el tiempo y no contemplan la evolución del proyecto.

6.3.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un método de valoración de inversiones en el que se parte de la rentabilidad mínima que se desea obtener en el proyecto. El VAN es un criterio global, y por lo tanto tiene en cuenta todos los flujos de caja de la inversión y el valor del dinero en el tiempo. El VAN depende de todos los flujos de caja previstos y del tipo de actualización (k) al que se actualizan dichos flujos. ¹⁴

Criterios de decisión:

Tabla 6.4: Criterios de decisión VAN

$VAN > 0$	Generación valor añadido neto positivo	Aceptación
$VAN < 0$	Generación valor añadido neto negativo	Rechazo
$VAN = 0$	Generación valor añadido nulo	Indiferencia

Fuente: Elaboración propia

¹⁴ Grinblatt, M. Y Titman, S. (2003): *Mercados financieros y estrategia empresarial*, Mc-GrawHill

El cálculo del van se realiza mediante la siguiente expresión:

$$VAN = -C_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t}$$

Donde:

- C_0 = Inversión inicial
- F_t = Flujos de caja para cada periodo t
- k = Tasa de actualización
- n = Horizonte temporal de la inversión

Tabla 6.5: Cálculo VAN

Tasa de actualización:		10%			
Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.881,83	10.666,17	12.003,73
Flujo actualizado	-19.731,49	7.849,66	7.340,36	8.013,65	8.198,71
VAN	11.670,89				

Fuente: Elaboración propia

Obteniendo un Valor Añadido Neto igual a 11.670,89€ se puede afirmar que la empresa genera valor añadido neto positivo y por lo tanto se dispone de un indicador de aceptación del proyecto. No obstante, a continuación, vamos a proceder a calcular la Tasa Interna de Rendimiento para así disponer de mayor certeza a la hora de tomar la decisión de aceptación. El cálculo de la TIR nos permitirá cuantificar la rentabilidad futura de la operación.

6.3.2 Tasa interna de rentabilidad (TIR)

La TIR o tasa interna de rentabilidad también conocida como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno, es la tasa efectiva anual que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo de una inversión sea igual a cero. Es decir, el TIR será aquel tanto de rentabilidad que realiza la suma actualizada de los cash-flow o flujos de caja de la inversión igualándola a dicha cuantía inicial.¹⁵

Es un criterio que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo.¹⁶

El proyecto de inversión se acometerá cuando el valor de la TIR sea superior al valor de la rentabilidad mínima exigida. Cuanto mayor sea la TIR comparada con la tasa de actualización calculada anteriormente, más atractivo será el proyecto.

¹⁵ Ferruz, L. (1997): *Dirección financiera*, Ediciones de Gestión 2000 S.L.

¹⁶ Ross, A., Westerfield, W. y Jordan, D. (2010): *Fundamentos de finanzas corporativas*, Mc-GrawHill

Tabla 6.6: Cálculo del TIR

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.881,83	10.666,17	12.003,73
TIR	33,45%				

Fuente: Elaboración propia

Una Tasa Interna de Rentabilidad del 33,45 % supera ampliamente la tasa de rentabilidad esperada por el inversor fijada en un 10%.

Con la información obtenida anteriormente en el cálculo del VAN se puede concluir que se encuentra en un escenario positivo en cuanto a rentabilidad y por lo tanto se concluye que el proyecto puede resultar viable.

6.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A la hora de comenzar con un nuevo proyecto, este lleva asociado riesgo, por lo tanto es importante realizar un análisis de sensibilidad, ya que aunque no cuantifica de forma exacta el riesgo, nos permite la identificación de las variables a las que hay que prestar una mayor atención, ya que la desviación en estas influencia el resultado final.

Para llevar a cabo el análisis de sensibilidad se va a utilizar la técnica de escenarios, elaborando dos escenarios diferentes al inicial, uno optimista y otro pesimista. Para llevar a cabo una correcta toma de decisiones se deben tener en cuenta los resultados obtenidos en los diferentes escenarios.

En el escenario optimista las variables modificadas afectan de forma positiva al resultado final, mientras que en el escenario negativo sucederá lo contrario. Cuanto mayor es la variación entre los escenarios mayor es el riesgo implícito del proyecto.¹⁷

Los principales factores que afectan al resultado en nuestro estudio son el precio y la demanda. En este caso el precio y la demanda van asociados, ya que, si el escenario es pesimista debido a que no se ha conseguido la demanda esperada, los precios se deberán fijar más bajos al no haberse conseguido posicionarse en el mercado, hasta llegar a un escenario optimista donde la alta demanda permite realizar una diferenciación respecto a la competencia aumentando la tarifa de precios.

Se ha procedido a realizar un análisis de la sensibilidad general y segmentado. En el análisis general se ha estimado una variación negativa que afecta por igual a todos los servicios ofertados por la agencia. Posteriormente se realizará un análisis segmentado, en el que se procederá a diferenciar el impacto que tendrían las variaciones negativas de

¹⁷ Loring, J. (2004): *La gestión financiera*, Deusto, Barcelona, España

demanda en un servicio específico sobre el cómputo general.

Vamos a comenzar analizando el escenario en el que se produce una variación por igual en todos los servicios ofertados. Para ello se ha partido del escenario inicial calculado anteriormente y se ha estudiado una variación de ingresos de - 5%, -10% y -15%..

Tabla 6.7: Análisis de sensibilidad general con condiciones iniciales

Escenario General con sueldo de 1100€				
Variación	-15%	-10%	-5%	Escenario Inicial
VAN	-2.341,54	2.392,27	7.000,08	11.670,89
TIR	4,34%	15,22%	24,78%	33,45%

Fuente: Elaboración propia

Con una variación negativa del 15% la rentabilidad del proyecto se encuentra cuestionada, por ello, se va a analizar dicho escenario con una reducción de la retribución mensual pasando de 1.100 € a 1.000 €

Tabla 6.8: Análisis de sensibilidad general con variación retribución mensual

Escenario General con sueldo 1000€				
Variación	-15%	-10%	-5%	Escenario Inicial
VAN	1.733,49	6.404,30	11.075,11	25.081,00
TIR	14,02%	23,92%	32,83%	45,07%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior el proyecto resulta rentable con una variación negativa del 15% en todos los servicios ofrecidos siempre que se disminuyera la retribución mensual.

Se dice que el proyecto es rentable ya que:

- Se obtiene un VAN superior a cero y por lo tanto se produce una generación de valor.
- Se obtiene una TIR superior al 10%, que es la rentabilidad del inversor que hemos estimado para este proyecto.

En caso de que la variación global negativa fuera superior a un 15% se debería de estudiar una reducción de costes y un nuevo posicionamiento en el mercado para tratar de aumentar las ventas ya que la rentabilidad obtenida sería menor del 10% fijado.

A continuación, se va a proceder al análisis de sensibilidad segmentado por servicios, en este caso se ha procedido a estudiar el impacto que tendría sobre el cómputo general de

ventas una variación negativa de hasta un 20% de los ingresos en un servicio específico mientras que el resto se mantienen como en el escenario inicial planteado.

Tabla 6.9: Análisis de sensibilidad segmentado

Variación	Fotografía prensa	Fotografía empresas	Fotografía deportiva	Fotografía social	Vídeo multimedia
-20%	6.198,00	8.085,62	10.321,44	4.460,67	10.605,49
	22,72%	26,69%	31,11%	20,15%	31,62%
-15%	7.566,23	8.981,94	10.658,80	6.263,22	10.871,84
	25,44%	28,41%	31,70%	23,76%	32,08%
-10%	8.934,45	9.878,26	10.996,17	8.065,78	11.138,19
	28,13%	30,11%	32,29%	27,16%	32,54%
-5%	10.302,67	10.774,58	11.333,53	9.868,34	11.404,54
	30,80%	31,79%	32,87%	30,38%	33,00%
Escenario Inicial	11.670,89	11.670,89	11.670,89	11.670,89	11.670,89
	33,45%	33,45%	33,45%	33,45%	33,45%

Fuente: Elaboración propia

En este caso se observa que el proyecto resulta rentable incluso en el peor escenario planteado. Las variaciones en el VAN y en la TIR son más significativas cuando se producen alteraciones en los ingresos de fotografía social y de prensa ya que son las que mayor carga de ingresos disponen, por ello se va a realizar un análisis específico:

Tabla 6.10: Escenario pérdida 20% de ingresos en fotografía de prensa y social

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	7.247,80	5.513,55	6.250,99	7.195,69
Flujo actualizado	-19.731,49	6.588,91	4.556,65	4.696,46	4.915,75
VAN		1.025,29	→ >0		

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	7.247,80	5.513,55	6.250,99	7.195,69
TIR		12,38%	→ > 10%		

Fuente: Elaboración propia

Debido a que el equipo fotográfico es la base de la actividad y es el inmovilizado principal del negocio, se va a proceder a estudiar distintos escenarios que se pueden dar a la hora de estar trabajando, como es la reparación de ciertos elementos del equipo y la sustitución de parte del equipo por robo.

A continuación, vamos a elaborar un escenario donde se deba reparar parte del equipo debido al uso:

- Obturador de la cámara de fotos: una de las averías más comunes que suele darse cuando las cámaras profesionales tienen entre 300.000 y 400.000 fotografías realizadas, por lo tanto, consideraremos esta reparación en el tercer año con un importe de 600 €
- Sustitución del motor de enfoque del 70-200 debido a la rotura por una caída en el segundo año: 450 €
- Sustitución bombilla de flash en el tercer año: 180 €
- Sustitución del objetivo Sigma 18-35 en el cuarto año por caída: 799 €
- Cambio de la batería del portátil en el cuarto año: 209 €

Tabla 6.11: Análisis de sensibilidad con reparaciones

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.431,83	9.886,17	10.995,73
Flujo actualizado	-19.731,49	7.849,66	6.968,46	7.427,63	7.510,23
VAN	10.024,49 → >0				

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.431,83	9.886,17	10.995,73
TIR	30,72% → > 10%				

Fuente: Elaboración propia

Por último, vamos a considerar el robo de la cámara de fotos y el objetivo Sigma 18-35 en el año 3, lo que implica un desembolso de 7.198€ para continuar la actividad:

Tabla 6.12: Análisis de sensibilidad con robo

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.881,83	3.468,17	12.003,73
Flujo actualizado	-19.731,49	7.849,66	7.340,36	2.605,69	8.198,71
VAN	6.262,93 → >0				

Periodo	0	1	2	3	4
Flujo de caja	-19.731,49	8.634,62	8.881,83	3.468,17	12.003,73
TIR	23,73% → > 10%				

Fuente: Elaboración propia

En el caso de que el volumen de ventas aumentara, sobretodo en el último año donde la carga de trabajo es elevada, sería conveniente ver si es más favorable la incorporación de un trabajador a tiempo parcial o por el contrario subcontratar los servicios de otro fotógrafo autónomo.

Por lo tanto, a continuación se ha realizado un análisis de sensibilidad con aumento de ventas de +/- 10, 20 y 30 por ciento y un sueldo de 600€brutos mensuales.

Tabla 6.13: Análisis de sensibilidad con empleado a tiempo parcial

Escenario con empleado a tiempo parcial				
Variación	Escenario Inicial	10%	20%	30%
VAN	11.670,89	-3.437,66	5.903,96	15.245,57
TIR	33,45%	2,77%	21,15%	36,65%

Fuente: Elaboración propia

Con la información obtenida en el análisis anterior se puede observar que se debería valorar la contratación de un empleado siempre que las ventas aumentaran por encima de un 30% y a su vez este aumento fuera de forma continuada, no un repunte puntual, ya que existe cierta estacionalidad entre los meses de abril y octubre.

Una vez realizado el análisis de sensibilidad se puede concluir que el proyecto de inversión tiene una alta probabilidad de resultar rentable y por lo tanto se procedería a la puesta en marcha de la empresa.

7 CONCLUSIONES

El trabajo ha consistido en la realización de un análisis de viabilidad de un proyecto de inversión, en este caso una agencia de fotografía situada en Zaragoza.

Este análisis se ha estructurado en los siguientes puntos: análisis del entorno, estudio legal, plan de marketing, análisis económico y análisis de viabilidad.

La agencia ofrece servicios de fotografía orientados a medios de comunicación, empresas y clientes particulares, en este último caso centrado en la fotografía social. Como elemento diferenciador se incluirá el vídeo multimedia, un formato que combina fotografía y clips de vídeo orientado a medios de comunicación.

El análisis del entorno se ha subdividido en general y específico, en el análisis general se analizaron los factores que afectan por igual a todas las empresas, posteriormente se realizó el análisis específico donde se analizó la competencia actual, los clientes, competidores potenciales y proveedores. Por último, se realizó el análisis DAFO. Este análisis nos permite conocer que el sector de la fotografía se encuentra en un proceso de transformación, donde está cobrando importancia todo lo relacionado con los medios electrónicos debido a la expansión del e-commerce, redes sociales y medios online.

Tras realizar un análisis de las posibles formas societarias se llegó a la conclusión de que la constitución como empresario individual era la forma que más ventajas aportaba debido a la facturación. Una vez que se disponía la forma societaria, se estudiaron los trámites administrativos necesarios para llevar a cabo el inicio de la actividad.

El plan de marketing se ha realizado a través del Marketing Mix y sus 4P's. A la hora de fijar la estrategia, al ser una empresa de nueva creación, se comienza por una etapa de penetración en el mercado para luchar contra los competidores ya establecidos. Una vez que se ha dado a conocer la agencia, la estrategia varía hacia una etapa de fidelización de los clientes conseguidos principalmente para los medios de comunicación y empresas, y conseguir la recomendación de los clientes especialmente los particulares, centrados principalmente en la fotografía social.

En el análisis económico se han estimado las necesidades de inversión, el horizonte temporal de estudio, el plan de financiación, plan de ventas y todo lo relacionado con el plan de explotación como son los costes de personal, arrendamiento, explotación y amortizaciones.

Una vez que se han obtenido todos los datos anteriores se puede proceder a realizar el estudio de viabilidad mediante el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rendimiento.

Partiendo de los resultados anteriores, se obtiene un VAN de 11.670,89 € y una TIR de 33,45%. Estos dos resultados son satisfactorios, ya que se obtiene un VAN mayor que cero y por lo tanto se genera valor y a su vez se obtiene una TIR superior a la tasa de actualización del 10% fijada.

No obstante, para tener una visión más global, se realizó un análisis de sensibilidad, donde se analizaron diferentes escenarios de variación de ingresos, tanto generales como segmentados por servicios. Los resultados obtenidos en todos ellos, incluidos los más pesimistas resultan positivos.

Debido a que las condiciones de estudio anteriores son las ideales, se han añadido otras variables como es la posibilidad de que cierta parte del material precise ser reparada o la necesidad de reemplazamiento inesperado de una parte del equipo de fotografía a causa de un robo.

Por último, se estudió la posibilidad de incorporación de un trabajador debido a un aumento en el volumen de contratación, llegando a la conclusión de que se debería valorar la contratación siempre que los ingresos hayan aumentado de forma constante por encima de un 30%, en caso contrario, se elaboraría una red de fotógrafos colaboradores autónomos a los que se subcontratarían los trabajos que se precisara.

Por lo tanto, con todos los resultados anteriores, se puede concluir que la rentabilidad del negocio parece probada y por lo tanto se recomienda la puesta en marcha.

8 BIBLIOGRAFÍA

8.1 LIBROS

- ALONSO RIVAS, J. y GRANDE ESTEBAN, I. (2010): *Comportamiento del consumidor: Decisiones y estrategia de Marketing*, ESIC, Madrid.
- AMAT, O. (2002): *La gestión financiera*, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona
- FERRUZ, L. (1997): *Dirección financiera*, , Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona
- GIL ESTALLO, M^a A. y GINER DE LA FUENTE, F. (2003): *Como crear y hacer funcionar una empresa*, ESIC, Madrid
- GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2011): *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*, Pirámide, Madrid
- GRINBLATT, M. Y TITMAN, S. (2003): *Mercados financieros y estrategia empresarial*, Mc-GrawHill
- GUERRAS MARTIN, L.A. y NAVAS LOPEZ J.R. (2012): *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa*, Thomson Reuters, Cizur Menor (Navarra).
- GUTIERREZ ARRANZ, A. y SANCHEZ FRANCO, M. (2005): *Marketing en Internet Estrategia y empresa*, Pirámide, Madrid.
- KOLTER, P. y KELLER, K. (2012): *Marketing Management*, Pearson
- LORING, J. (2004): *La gestión financiera*, DEUSTO, Barcelona
- MIQUEL PERIS, S. , PARRA GUERRERO, F. , LHERMIE, C. y MIQUEL ROMERO, M^a J. (2006): *Distribución comercial*, ESIC, Madrid.
- PARDO CÉSPEDES, L. (2016): *El ABC del autónomo*, DEUSTO, Barcelona.
- PORTER M. (1982): *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y la competencia*, Patria.
- PORTER M. (1997): *Estrategia competitiva*, Continental.
- PROMOVE CONSULTORIA E INFORMACIÓN (2012): *Como elaborar el análisis DAFO*, CEEI Galicia.
- RAJADELL CARRERAS, M. (2003): *Creación de empresas*, Edicions UPC, Barcelona.
- ROSS, A., WESTERFIELD, W. y JORDAN, D. (2010): *Fundamentos de finanzas corporativas*, Mc-GrawHill

8.2 PÁGINAS WEB

Título	Autor	Fecha consulta	Página WEB
Impuestos del autónomo	Varios autores	oct-16	http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/impuestos-del-autonomo-irpf-renta-iva-gastos-deducibles
Agencia Tributaria	-	oct-16	http://www.agenciatributaria.es
Vivero de empresas Zaragoza Activa	Ayto. de Zaragoza	oct-16	http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/activa/viveroempresas.htm
Vivero de empresas La Terminal	La Terminal	oct-16	http://www.la-terminal.es/alquiler-oficinas-zaragoza/
Boletín Oficial de Aragón	-	oct-16	http://www.boa.aragon.es
Seguridad Social	-	oct-16	http://www.seg-social.es
Portal Autónomos periódico El Economista	Varios autores	oct-16	http://infoautonomos.economista.es
Centro de Tecnologías Avanzadas	Gobierno de Aragón	nov-16	http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/OOAA/InstitutoAragonésEmpleo/ÁreasTemáticas/Formación/CTA
Instituto Aragonés de Fomento	-	nov-16	http://www.iaf.es/
Informe GEM España 2015	Asociación RED GEM España	nov-16	http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informe-GEM-2015-esafp.pdf

8.3 ARTÍCULOS

- RED GEM ESPAÑA (2016): “Cuestionario NES Nacional 2015”. *Observatorio del emprendimiento*.
- ROJO RAMÍREZ, A., ALONSO CAÑADAS, J. (2007): “La tasa de descuento en la valoración de PYMES”, *Universidad de Almería*.

ANEXOS

ANEXO I: Tarifa de precios completa

Derechos editoriales con fin comercial

Uso	Tamaño imagen	Duración	Precio
Galería para página web	Baja resolución	3 meses	50 €
Portada de periódico: impresa y web	Alta resolución	3 meses	60 €
Interior de periódico: impresa y web	Alta resolución	3 meses	30 €
Publicidad soporte digital	Alta resolución	3 meses	Min 200€
Publicidad anuncios impresos	Alta resolución	3 meses	Min 200€
Portada de libro: impreso y electrónico	Alta resolución	3 años	Min 400€
Interior de libro: impreso y electrónico	Alta resolución	3 años	Min 300€
Portada de revista: impresa y electrónica	Alta resolución	1 año	Min 300€
Interior de revista: impresa y electrónica	Alta resolución	1 año	Min 100€

Cuando se indica precio mínimo es debido a que se realizará un presupuesto individual dependiendo de la tirada, gastos asociados, etc

** Los gastos de desplazamiento, en caso de que sean necesarios, se sumarían al precio anterior*

*** A los precios anteriores se les debe incluir los impuestos pertinentes.*

Fotografía de producto

Tamaño	Volumen de productos	Precio Fotografía
Máximo	5 a 10 productos	15 €
Máximo	11 a 30 productos	13 €
Máximo	31 a 50 productos	10 €
Máximo	51 a 100 productos	8 €
Máximo	101 a 300 productos	6 €
Máximo	301 a 500 productos	5 €
Máximo	501 a 1000 productos	4 €
Máximo	1001 a 3000 productos	3 €

** Los gastos de desplazamiento, en caso de que sean necesarios, se sumarían al precio anterior*

*** A los precios anteriores se les debe incluir los impuestos pertinentes.*

Fotografía social

Producto	Contenido	Precio
Boda	Álbum 50 hojas + pendrive todas las fotos	1.500 €
Preboda	Pendrive con fotos retocadas + entrada privada blog	150 €
Postboda	Pendrive con fotos retocadas + entrada privada blog	150 €
Álbumes	Álbumes extra de la boda	150 €

**Los gastos de desplazamiento, en caso de que sean necesarios, se sumarían al precio anterior*

*** A los precios anteriores se les debe incluir los impuestos pertinentes.*

Fotografía de eventos deportivos

La cobertura de eventos deportivos conlleva un coste fijo de 250 euros/día por fotógrafo trabajando.

El número de fotografías depende del tipo de evento y del grado de cobertura que solicite cada cliente, por lo tanto, se estudiara de forma personalizada cada caso.

Se entregan todas las fotografías procesadas en el mismo día.

**Los gastos de desplazamiento, en caso de que sean necesarios, se sumarían al precio anterior*

*** A los precios anteriores se les debe incluir los impuestos pertinentes.*

Vídeo multimedia

Guionizado 60,00 €

Horas grabación 40,00 €

Horas edición 35,00 €

** Los gastos de desplazamiento, en caso de que sean necesarios, se sumarían al precio anterior*

*** A los precios anteriores se les debe incluir los impuestos pertinentes.*

ANEXO II: Presupuestos de los proveedores



FOTO K S.A
A58444878
Ronda Universitat, 25 bjs.
08007 Barcelona
BARCELONA

Presupuesto
Fecha 07-10-2016

Productos	Unidades	Precio
 NIKON D5 Cuerpo	1	5.288,43 5.288,43
 ELINCHROM RANGER QUADRA HYBRID AS RX LI-ION PRO SET S	1	1.652,07 1.652,07
 NIKKOR 70-200mm F4 G ED VR AF-S (FX) Filtro de protección UV 67mm: Sin Filtro de protección Filtro Polarizador Circular de 67mm: Sin Filtro Polarizador	1	990,91 990,91
 SIGMA 18-35mm F1.8 DC HSM serie Arts Escoja para que cámara lo necesita:: Nikon AF Filtro de protección UV 72mm: Sin Filtro de protección Filtro Polarizador Circular de 72mm: Sin Filtro Polarizador	1	660,33 660,33
Suma de productos (€)		8.591,73
Gastos de envío		6,20
Base Imponible		8.597,93
IVA		1.805,57
Total (€)		10.403,50

Destino	España (Península)
Forma de envío	Tips@ Económico 48-72 horas
Forma de pago	Transferencia bancaria

Más CasanovaFoto

[Tienda Online](#) | [Tiendas](#) | [Formación](#) | [CasanovaFotoClub](#) | [Alquiler](#) | [Servicio técnico](#) | [Revelado](#) | [Segunda mano](#) | [Servicios](#) | [CasanovaFotoBlog](#)

Carrito de la compra

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	BASE IMPONIBLE
 NIKON NIKKOR AF-S 400/2.8 II 2ª Mano ***** Ref: NIKS427-4	4.999,00 € (In IVA: 4.131,41 €)	<input type="text" value="1"/>	4.999,00 € (In IVA: 4.131,41 €)

[Continuar compra](#)

Atención al cliente
902 10 04 05
info@casanovafoto.com

Condiciones de compra
Políticas de devolución
Métodos de pago
Seguimiento del pedido

Financiación 100%
Financiamos tu compra en cómodos plazos.

Bono descuento
Incluye aquí tu bono descuento.
<input type="text"/>

Calcular Gasto de Envío	
* País	<input type="text" value="España"/>
Provincia	<input type="text" value="Zaragoza"/>
CP	<input type="text" value="50009"/>
Seleccionar Método Envío	
Recoger en tienda	<input type="radio"/>
Recoger en tienda	<input type="radio"/>
Barcelona	Madrid
0,00 €	0,00 €
Normal	<input checked="" type="radio"/> Urgente
48-72h	24h
8,00 €	13,00 €

Base Imponible	4.131,41 €
Manipulación y Envío	6,00 €
(Seleccionar Método Envío - Normal 48-72h)	
IVA	868,64 €
Total	5.005,00 €

Realizar Pedido

Atención al cliente
902 10 04 05
info@casanovafoto.com

7/10/2016

Presupuesto



FOTO K S.A
A58444878
Ronda Universitat, 25 bjs.
08007 Barcelona
BARCELONA

Presupuesto
Fecha 07-10-2016

Productos	Unidades	Precio
 RODE Micrófono RODE LAVALIER minixlr	1	139,67 139,67
 RODE Micrófono RODE VIDEOMIC Mono	1	78,51 78,51
 GRABADORA ZOOM H4N	1	205,79 205,79
 MANFROTTO 190 X3 + 2W MK	1	230,58 230,58
Suma de productos (€)		654,54
Gastos de envío		6,20
Base Imponible		660,74
IVA		138,76
Total (€)		799,50

Destino	España (Península)
Forma de envío	Tips@ Económico 48-72 horas
Forma de pago	Transferencia bancaria

Artículos de tu bolsa



MacBook Pro de 13 pulgadas con pantalla Retina

2.449,00 €

1

2.449,00 €

Entrega: 18 Oct - 19 Oct - Gratis

[Eliminar](#)

Número de producto: Z0QP

Hardware

- Intel Core i7 de doble núcleo a 3 GHz (Turbo Boost hasta 3,4 GHz)
- 16 GB SDRAM LPDDR3 a 1.866 MHz
- 512 GB de almacenamiento flash PCIe
- Intel Iris Graphics 6100
- Force Touch trackpad
- Kit de accesorios
- Teclado retroiluminado (español) y manual del usuario (español)

[Mostrar opciones de regalo](#)

Software

- Fotos, iMovie y GarageBand
- Pages, Numbers y Keynote
- OS X

Subtotal de la bolsa 2.449,00 €

Envío gratuito 0,00 €**Total 2.449,00 €**

Incluye el IVA de 425,03 €

[Financiación disponible](#)
[Continuar comprando](#) | [Guardar bolsa](#) | [Ver bolsas guardadas](#) | [Iniciar un chat ahora](#)
[Pagar](#)

Productos relacionados



AppleCare Protection Plan para MacBook / MacBook Air / 13" MacBook Pro

249,00 €

[Añadir a la bolsa](#)

SuperDrive USB de Apple

89,00 €

[Añadir a la bolsa](#)

Microsoft Office 365 Hogar (suscripción de 1 año, 5 licencias)

99,95 €

[Añadir a la bolsa](#)

Magic Mouse 2

89,00 €

[Añadir a la bolsa](#)

Preguntas

¿Cuándo recibiré mis artículos?

No podemos saber la fecha de entrega sin la dirección del envío. En cuanto indiques los datos del envío durante el proceso de compra, te podremos dar una fecha aproximada. Más información sobre [Envío y recogida](#).

¿Puedo recoger los productos en el Apple Store?

Sí. Puedes comprar en Internet y recoger el pedido en el Apple Store que elijas. Verás todas las opciones al realizar el pago del pedido. Más información sobre [Recogida](#).

¿Qué métodos de pago puedo utilizar?

Puedes utilizar distintas opciones de pago para todas las opciones de entrega, incluidas tarjetas de crédito o de débito, Tarjetas regalo del Apple Store y transferencias bancarias.



Imprimir resumen



Dell UltraSharp 25 PremierColor Monitor | UP2516D - 63.5cm(25") Black

~~Precio~~ **300,00 €**
Descuento **79,80 €**

Subtotal 319,20 €

Precio sin IVA, gastos de envío
excluidos (salvo disposición en
contrario)

Los métodos y plazos de entrega
pueden variar, por favor [pinche
aquí](#) para más información.

Ahora PayPal disponible.

[Detalles de descuentos](#)

[Envíos en 23-31 días laborables](#)

Mis selecciones [Todas las opciones](#)

■ Dell UltraSharp 25 PremierColor Monitor | UP2516D - 63.5cm(25") Black

Date 07/10/2016 15:32:14 Central Standard
Time

Número de catálogo 1919 Retail esbsd1

Evalue Code UP2516D

Número de catálogo / Descripción	Código del producto	Qty	SKU	Id.
----------------------------------	---------------------	-----	-----	-----

Base: Monitor Dell UltraSharp 25 UP2516D con tecnología PremierColor, 63,5 cm (25"), negro (EUR)	554130	1	[210-AGUB]	1
---	--------	---	------------	---

Garantía básica: 3 años de servicio de recambio por adelantado básico (garantía mínima)	957794	1	[680-29048] [709-13374]	29
---	--------	---	----------------------------	----

Paquetes de servicios mejorados: 3 años de servicio de recambio por adelantado básico (no se ha seleccionado ninguna actualización)	957821	1	[710-10844]	30
--	--------	---	-------------	----

Información sobre el pedido: Pedido de software y periféricos - EMEA	372390	1	[800-10243]	111
---	--------	---	-------------	-----



Copyright 1999-2016 Dell Inc. [Informaciones legales](#) [Condiciones Generales de Contratación](#)

[Problemas sin resolver](#) [Declaración de privacidad](#) [Gestionar Cookies](#)

[Anuncios y mensajes de correo electrónico](#) [Contacto](#) [Guía web](#) [Comentarios](#)

[Productos](#)

snFG07

Premium

Todos los departamentos

Todos los departamentos

Mi Amazon.es

Ofertas

Cheques regalo

Vender

Hola. Identifícate Mi cuenta

Suscríbete a Premium

Lista de deseos

7

Cesta

Amazon.es Los más vendidos Ofertas Productos Reacondicionados Lista de deseos Cheques regalo Amazon Premium Apps de Amazon Vender

Cesta

	Precio	Cant.
 <p>LaCie Rugged Mini - Disco duro externo (2 TB, USB 3.0), plateado y naranja por Lacie</p> <p>En stock</p> <p>Envío GRATIS disponible</p> <p><input type="checkbox"/> Es un regalo Más información</p> <p>Eliminar Guardar para más tarde</p>	EUR 148,90	1
 <p>Synology DS216SE - Servidor NAS, 16 TB por Synology</p> <p>En stock</p> <p>Envío GRATIS disponible</p> <p><input type="checkbox"/> Es un regalo Más información</p> <p>Eliminar Guardar para más tarde</p>	EUR 139,15	2
 <p>Lexar Professional - Tarjeta de memoria XQD de 32 GB (2933x, 440 MB/s) por Lexar</p> <p>En stock</p> <p>Envío GRATIS disponible</p> <p><input type="checkbox"/> Es un regalo Más información</p> <p>Eliminar Guardar para más tarde</p>	EUR 60,91	4

Puedes beneficiarte de Envío GRATIS en este pedido. Elige Envío económico al tramitarlo. [Ver detalles.](#)

Subtotal (7 productos):
EUR 670,84

Este pedido contiene un regalo

[Tramitar pedido](#)

o

[Identifícate](#) para activar el pedido en 1-Clic.

[Identifícate](#) para ver el importe total estimado, incluyendo impuestos y gastos de envío.

Los clientes que compraron también compraron



Case Logic
QHDC101G...

29

EUR 12,99

[Añadir a la cesta](#)

ANEXO III: Relación mensual de ingresos

Desglose Ingresos fotografía Año 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía de prensa	690,00 €	610,00 €	700,00 €	720,00 €	740,00 €	700,00 €	590,00 €	600,00 €	870,00 €	1.040,00 €	720,00 €	790,00 €
Galeria web	6	5	5	6	7	5	4	3	6	10	6	8
Portada de periódico	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	4	3
Interior de periódico	5	6	7	8	5	9	7	5	9	8	6	7
Fotografía empresas	- €	150,00 €	395,00 €	420,00 €	525,00 €	525,00 €	200,00 €	- €	260,00 €	600,00 €	705,00 €	900,00 €
Publicidad:												
Soporte digital	- €	- €	200,00 €	- €	- €	200,00 €	- €	- €	- €	200,00 €	225,00 €	- €
Anuncios impresos	- €	- €	- €	300,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	300,00 €	- €	300,00 €
Editorial:												
Portada de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Portada de revista	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de revista	- €	150,00 €	- €	- €	- €	- €	200,00 €	- €	- €	100,00 €	- €	- €
Producto:												
Nº productos	0	0	15	8	25	25	-	-	20	-	60	35
Importe:	- €	- €	195,00 €	120,00 €	325,00 €	325,00 €	- €	- €	260,00 €	- €	480,00 €	350,00 €
Fotografía evento:	- €	- €	- €	- €	200,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	250,00 €
Fotografía deportiva	- €	- €	- €	750,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	- €	750,00 €	250,00 €	- €	- €
Nº días	-	-	-	3	1	1	1	-	3	1	-	-
Fotografía social	- €	- €	150,00 €	150,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	3.450,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Boda					1	1	2	1	1			
Preboda			1	1								
Postboda							1			1	1	1
Albumes							2		2			

Desglose Ingresos												
fotografía Año 2												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía de prensa	680,00 €	600,00 €	700,00 €	770,00 €	870,00 €	700,00 €	530,00 €	590,00 €	790,00 €	920,00 €	710,00 €	760,00 €
Galería web	7	6	5	7	9	5	4	4	5	10	7	8
Portada de periódico	3	2	4	3	4	3	3	4	5	4	3	3
Interior de periódico	5	6	7	8	6	9	5	5	8	6	6	6
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía para empresa	400,00 €	260,00 €	545,00 €	500,00 €	700,00 €	510,00 €	300,00 €	150,00 €	395,00 €	750,00 €	840,00 €	950,00 €
Publicidad:												
Soporte digital	- €	- €	- €	- €	- €	250,00 €	- €	- €	200,00 €	200,00 €	- €	200,00 €
Anuncios impresos	- €	- €	350,00 €	- €	- €	- €	300,00 €	- €	- €	300,00 €	300,00 €	- €
Editorial:												
Portada de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Portada de revista	- €	- €	- €	350,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de revista	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	150,00 €	- €	250,00 €	- €	- €
Producto:												
Nº productos	40	20	15	10	45	20	-	-	15	-	55	40
Importe:	400,00 €	260,00 €	195,00 €	150,00 €	450,00 €	260,00 €	- €	- €	195,00 €	- €	440,00 €	400,00 €
Fotografía evento:	- €	- €	- €	- €	250,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	100,00 €	350,00 €
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía deportiva	- €	- €	250,00 €	750,00 €	250,00 €	250,00 €	500,00 €	- €	750,00 €	250,00 €	- €	- €
Nº días	-	-	1	3	1	1	2	-	3	1	-	-
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía social	- €	- €	300,00 €	450,00 €	1.500,00 €	3.000,00 €	3.900,00 €	1.950,00 €	2.400,00 €	450,00 €	150,00 €	150,00 €
Boda					1	2	2	1	1			
Preboda			2	3				1	1			
Postboda							1			1	1	1
Albumes							5	2	4	2		

Desglose Ingresos												
fotografía Año 3												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía de prensa	630,00 €	570,00 €	670,00 €	740,00 €	820,00 €	640,00 €	580,00 €	610,00 €	890,00 €	920,00 €	660,00 €	740,00 €
Galería web	6	6	5	7	8	5	5	5	7	10	6	7
Portada de periódico	3	2	4	3	4	3	3	3	5	4	3	4
Interior de periódico	5	5	6	7	6	7	5	6	8	6	6	5
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía para empresa	400,00 €	325,00 €	610,00 €	575,00 €	725,00 €	575,00 €	300,00 €	200,00 €	545,00 €	850,00 €	850,00 €	1.000,00 €
Publicidad:												
Soporte digital	- €	- €	250,00 €	- €	- €	- €	- €	200,00 €	- €	200,00 €	250,00 €	250,00 €
Anuncios impresos	- €	- €	- €	350,00 €	- €	- €	- €	- €	350,00 €	300,00 €	- €	- €
Editorial:												
Portada de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Portada de revista	- €	- €	- €	- €	- €	350,00 €	- €	- €	- €	350,00 €	- €	- €
Interior de revista	- €	- €	100,00 €	- €	150,00 €	- €	300,00 €	- €	- €	- €	150,00 €	- €
Producto:												
Nº productos	40	25	20	15	25	15	-	-	15	-	35	40
Importe:	400,00 €	325,00 €	260,00 €	225,00 €	325,00 €	225,00 €	- €	- €	195,00 €	- €	350,00 €	400,00 €
Fotografía evento:	- €	- €	- €	- €	250,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	100,00 €	350,00 €
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía deportiva	- €	- €	250,00 €	750,00 €	250,00 €	250,00 €	500,00 €	- €	750,00 €	250,00 €	- €	- €
Nº días	-	-	1	3	1	1	2	-	3	1	-	-
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía social	- €	- €	450,00 €	450,00 €	3.000,00 €	4.500,00 €	4.950,00 €	3.000,00 €	2.400,00 €	1.800,00 €	600,00 €	150,00 €
Boda					2	3	3	1	1	1		
Preboda			3	3				1	1			
Postboda								3	1	2	2	1
Albumes							3	6	4		2	

Desglose Ingresos												
fotografía Año 4												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía de prensa	630,00 €	540,00 €	640,00 €	710,00 €	790,00 €	610,00 €	550,00 €	550,00 €	920,00 €	980,00 €	820,00 €	830,00 €
Galería web	6	6	5	7	8	5	5	5	7	10	8	7
Portada de periódico	3	2	4	3	4	3	3	2	5	5	4	5
Interior de periódico	5	4	5	6	5	6	4	6	9	6	6	6
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía para empresa	500,00 €	390,00 €	760,00 €	625,00 €	925,00 €	625,00 €	395,00 €	350,00 €	560,00 €	900,00 €	1.100,00 €	1.350,00 €
Publicidad:												
Soporte digital	- €	- €	200,00 €	- €	- €	250,00 €	- €	200,00 €	300,00 €	200,00 €	250,00 €	250,00 €
Anuncios impresos	- €	- €	300,00 €	- €	350,00 €	- €	- €	- €	- €	300,00 €	350,00 €	400,00 €
Editorial:												
Portada de libro	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de libro	- €	- €	- €	400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Portada de revista	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Interior de revista	150,00 €	- €	- €	- €	- €	150,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Producto:												
Nº productos	35	30	20	15	25	15	15	10	20	10	35	35
Importe:	350,00 €	390,00 €	260,00 €	225,00 €	325,00 €	225,00 €	195,00 €	150,00 €	260,00 €	150,00 €	350,00 €	350,00 €
Fotografía evento:	- €	- €	- €	- €	250,00 €	- €	200,00 €	- €	- €	250,00 €	150,00 €	350,00 €
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía deportiva	- €	- €	250,00 €	750,00 €	250,00 €	250,00 €	500,00 €	- €	750,00 €	250,00 €	- €	- €
Nº días	-	-	1	3	1	1	2	-	3	1	-	-
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fotografía social	- €	- €	300,00 €	300,00 €	3.300,00 €	5.100,00 €	4.800,00 €	5.550,00 €	2.550,00 €	2.100,00 €	600,00 €	150,00 €
Boda					2	3	3	3	1	1		
Preboda			2	2	2			1	1			
Postboda								2	2	2	2	1
Albumes						4	2	4	4	2	2	

Desglose Ingresos vídeo

Año 1

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vídeo Multimedia	Coste:	- €	- €	- €	817,50 €	- €	- €	- €	- €	- €	851,25 €	- €	- €
	Guionizado				3						2,5		
	Horas grabación				5						5,5		
	Horas edición				12,5						13,75		

Desglose Ingresos vídeo

Año 2

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vídeo Multimedia	Coste:	- €	- €	- €	847,50 €	- €	- €	- €	- €	- €	817,50 €	- €	502,50 €
	Guionizado				3,5						3		2
	Horas grabación				5						5		3
	Horas edición				12,5						12,5		7,5

Desglose Ingresos vídeo

Año 3

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vídeo Multimedia	Coste:	- €	- €	- €	847,50 €	- €	- €	- €	566,25 €	- €	1.005,00 €	- €	- €
	Guionizado				3,5				2		4		
	Horas grabación				5				3,5		6		
	Horas edición				12,5				8,75		15		

Desglose Ingresos vídeo

Año 4

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vídeo Multimedia	Coste:	- €	- €	- €	877,50 €	- €	- €	- €	- €	- €	1.005,00 €	- €	690,00 €
	Guionizado				4						4		3
	Horas grabación				5						6		4
	Horas edición				12,5						15		10

ANEXO IV: Relación mensual de gastos

Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL AÑO
Cuota autónomos	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	129,57 €	129,57 €	129,57 €	129,57 €	129,57 €	129,57 €	1.077,39 €
Oficina Zaragoza Activa	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	2.099,88 €
Programas informáticos	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	145,08 €
Hosting web	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	180,00 €
Teléfono móvil	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	336,00 €
Costes explotacion	100,00 €	115,00 €	177,00 €	179,50 €	527,50 €	527,50 €	982,50 €	475,00 €	576,00 €	197,50 €	208,00 €	227,50 €	5.194,53 €
Gastos desplazamiento	69,00 €	76,00 €	124,50 €	285,75 €	301,50 €	297,50 €	449,00 €	210,00 €	368,00 €	289,13 €	157,50 €	184,00 €	3.402,37 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	300,00 €	100,00 €	2.783,00 €
Amortizaciones	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.799,95 €
TOTAL MES sin IVA	1.009,14 €	1.031,14 €	1.141,64 €	1.305,39 €	1.669,14 €	1.665,14 €	2.251,21 €	1.604,71 €	1.863,71 €	1.406,33 €	1.385,21 €	1.231,21 €	17.564,00 €
TOTAL MES con IVA	1.126,57 €	1.153,19 €	1.286,89 €	1.485,03 €	1.925,17 €	1.920,33 €	2.612,76 €	1.830,49 €	2.143,88 €	1.590,46 €	1.564,90 €	1.378,56 €	20.018,20 €

Año 2	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL AÑO
Cuota autónomos	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	2.176,69 €
Oficina Zaragoza Activa	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	144,62 €	2.099,88 €
Programas informáticos	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	145,08 €
Hosting web	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	180,00 €
Teléfono móvil	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	336,00 €
Costes explotacion	140,00 €	126,00 €	229,50 €	262,50 €	545,00 €	901,00 €	1.105,00 €	602,50 €	739,50 €	287,50 €	221,50 €	232,50 €	6.524,93 €
Gastos desplazamiento	108,00 €	86,00 €	179,50 €	331,75 €	332,00 €	446,00 €	523,00 €	269,00 €	433,50 €	318,75 €	170,00 €	236,25 €	4.154,84 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	300,00 €	100,00 €	2.783,00 €
Amortizaciones	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.799,95 €
TOTAL MES sin IVA	1.219,54 €	1.183,54 €	1.380,54 €	1.565,79 €	1.848,54 €	2.318,54 €	2.499,54 €	1.843,04 €	2.144,54 €	1.577,79 €	1.463,04 €	1.340,29 €	20.384,68 €
TOTAL MES con IVA	1.353,55 €	1.309,99 €	1.548,36 €	1.772,51 €	2.114,64 €	2.683,34 €	2.902,35 €	2.107,98 €	2.472,80 €	1.787,03 €	1.648,18 €	1.499,65 €	23.200,37 €

Año3	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL AÑO
Cuota autónomos	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	181,39 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	2.643,13 €
Oficina La Terminal	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	4.392,30 €
Programas informáticos	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	145,08 €
Hosting web	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	180,00 €
Teléfono móvil	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	336,00 €
Costes explotacion	140,00 €	132,50 €	273,50 €	270,00 €	922,50 €	1.282,50 €	1.367,50 €	870,00 €	754,50 €	635,00 €	335,00 €	237,50 €	8.736,81 €
Gastos desplazamiento	103,00 €	89,50 €	198,00 €	336,25 €	479,50 €	596,50 €	633,00 €	437,63 €	458,50 €	482,50 €	211,00 €	189,00 €	5.099,39 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	300,00 €	100,00 €	2.783,00 €
Amortizaciones	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.799,95 €
TOTAL MES sin IVA	1.372,42 €	1.351,42 €	1.600,92 €	1.735,67 €	2.531,42 €	3.008,42 €	3.107,65 €	2.514,78 €	2.420,15 €	2.324,65 €	1.853,15 €	1.533,65 €	25.354,30 €
TOTAL MES con IVA	1.538,53 €	1.513,12 €	1.815,02 €	1.978,06 €	2.940,92 €	3.518,09 €	3.621,85 €	2.904,47 €	2.789,97 €	2.674,42 €	2.103,90 €	1.717,31 €	29.115,65 €

Año4	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL AÑO
Cuota autónomos	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	259,13 €	3.109,56 €
Oficina La Terminal	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	302,50 €	4.392,30 €
Programas informáticos	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	145,08 €
Hosting web	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	12,40 €	180,00 €
Teléfono móvil	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	23,14 €	336,00 €
Costes explotacion	150,00 €	139,00 €	251,00 €	237,50 €	1.017,50 €	1.437,50 €	1.339,50 €	1.522,50 €	793,50 €	715,00 €	360,00 €	272,50 €	9.964,96 €
Gastos desplazamiento	113,00 €	93,00 €	195,00 €	326,25 €	526,50 €	658,50 €	624,50 €	645,00 €	478,00 €	523,50 €	252,00 €	302,00 €	5.732,07 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	300,00 €	100,00 €	2.783,00 €
Amortizaciones	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.799,95 €
TOTAL MES sin IVA	1.470,15 €	1.439,15 €	1.653,15 €	1.770,90 €	2.751,15 €	3.303,15 €	3.071,15 €	3.374,65 €	2.478,65 €	2.445,65 €	1.919,15 €	1.681,65 €	27.358,61 €
TOTAL MES con IVA	1.640,47 €	1.602,96 €	1.861,90 €	2.004,38 €	3.190,48 €	3.858,40 €	3.577,68 €	3.944,92 €	2.860,76 €	2.820,83 €	2.183,76 €	1.896,39 €	31.442,92 €

ANEXO V: Subvención del Gobierno de Aragón

PROGRAMA EMPRENDEDORES AUTÓNOMOS

(Orden EIE/469/2016, de 20 de mayo, por la que se aprueba el Programa Emprendedores. BOA nº 102 de 30 de mayo)

SUBVENCIÓN	FINALIDAD	BENEFICIARIOS	CUANTÍA	REQUISITOS
ESTABLECIMIENTO COMO TRABAJADOR AUTÓNOMO	Promover y apoyar proyectos de autoempleo que faciliten a personas desempleadas su establecimiento como trabajadores autónomos o por cuenta propia que ejerzan su actividad en nombre propio, como socios o comuneros de una sociedad civil o comunidad de bienes o como socios únicos de una sociedad limitada unipersonal.	Desempleados e inscritos como demandantes de empleo en el Servicio público de Empleo que se hayan establecido en la Comunidad Autónoma de Aragón como: <ul style="list-style-type: none"> trabajadores autónomos o por cuenta propia autónomos integrantes de Sociedades Civiles o comunidades de bienes. socios únicos de una sociedad limitada unipersonal. 	<ul style="list-style-type: none"> 3.000 € desempleados en general 4.000 € jóvenes desempleados menores de 30 años 4.000 € personas desempleadas mayores de 45 años 4.000 € parados de larga duración 6.000 € para desempleados con discapacidad y mujeres víctimas de violencia de género. Incremento 10% : <ul style="list-style-type: none"> Cuando la solicitante sea mujer. Cuando la persona solicitante sea perceptora de: <ul style="list-style-type: none"> Ingreso Aragonés de Inserción. Ayuda económica del programa de recualificación profesional PREPARA. Renta Activa de Inserción. RAI Ayuda Económica del Programa de Activación para el empleo. Cuando la actividad se desarrolle en municipios aragoneses de menos de 5.000 habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Haber permanecido desempleado e inscrito como demandante de empleo en el Servicio Público de Empleo durante, al menos, los 3 meses anteriores al inicio de la actividad. No se exigirá el citado periodo de 3 meses, aunque sí deberán encontrarse desempleados e inscritos: <ul style="list-style-type: none"> Menores de 30 años al inicio de la actividad. Personas con discapacidad. Mujeres víctimas de violencia de género. Exalumnos de Escuelas Taller y Talleres de Empleo en los últimos 6 meses. Personas que desarrollen la actividad en municipios de menos de 500 habitantes. Estar dado de alta, con carácter previo a la presentación de la correspondiente solicitud de subvención, en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos o Mutualidad del colegio profesional que corresponda. Realizar la actividad económica o profesional de forma exclusiva. Contar con un Plan de empresa de la actividad proyectada, acompañado de un informe elaborado por Cámara de Comercio u otras entidades integrantes de la Fundación Emprender en Aragón. Haber realizado, en el período comprendido entre los 3 meses anteriores al inicio de la actividad y la fecha de solicitud de la subvención, una inversión en inmovilizado necesaria para el desarrollo de dicha actividad por una cuantía no inferior a 5.000 euros, sin incluir I.V.A. <p>La inversión exigida se reducirá a 2.500 € para actividades desarrolladas en municipios de menos de 500 habitantes.</p> <p>No se exigirá un mínimo de inversión en el caso de personas con discapacidad y mujeres víctimas de violencia de género.</p>

El presente documento tiene carácter meramente informativo y su contenido carece de valor jurídico.

INAEM. Servicio de Promoción de Empleo

Pág. 1

PROGRAMA EMPRENDEDORES AUTÓNOMOS

(Orden EIE/469/2016, de 20 de mayo, por la que se aprueba el Programa Emprendedores. BOA nº 102 de 30 de mayo)

SUBVENCIÓN	FINALIDAD	BENEFICIARIOS	CUANTÍA	REQUISITOS
INCENTIVO A LA CONSOLIDACIÓN DE PROYECTOS	Facilitar el mantenimiento y desarrollo de los proyectos de autoempleo una vez que hubiesen alcanzado el 1 ^{er} año de actividad. Es una ayuda complementaria de la subvención al establecimiento como trabajador autónomo.	Beneficiarios de la subvención al establecimiento como trabajador autónomo que hubiesen alcanzado el primer año de actividad.	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1.000 € con carácter general. ■ 1.100 € para mujeres. ■ 1.200 € para menores de 30 años en el momento de solicitud de este incentivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Haber sido beneficiario de la ayuda al establecimiento como trabajador autónomo. ■ Haber permanecido de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos durante los 12 meses siguientes al inicio de la actividad. ■ Figurar de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos en el momento de solicitar este incentivo.
SUBVENCIÓN FINANCIERA	Reducción de intereses de un préstamo formalizado con una entidad financiera destinado a financiar inversiones en inmovilizado necesarias para la puesta en marcha de la actividad.	Desempleados que se establezcan como trabajadores autónomos o por cuenta propia y concierten un préstamo con una entidad financiera para financiar inversiones en inmovilizado.	Equivalente a la reducción de hasta 4 puntos del tipo de interés fijado por la entidad de crédito. Límite: ■ Hasta 4.000 €	<ul style="list-style-type: none"> ■ El importe del préstamo ascenderá como máximo al 70% del total de las inversiones en inmovilizados materiales o intangibles. ■ Los préstamos subvencionables tendrán un importe máximo de 25.000 euros ■ Formalización del préstamo en el período comprendido entre los tres meses anteriores al inicio de la actividad y los 12 meses posteriores. ■ El préstamo se concederá por entidades de crédito que tengan suscrito convenio con el Instituto Aragonés de Empleo. ■ No cabe la amortización o cancelación anticipada del préstamo.
ASISTENCIA TÉCNICA	Financiación parcial de la contratación de servicios externos para mejorar el desarrollo de la actividad empresarial, así como de estudios de viabilidad, organización, comercialización u otros de naturaleza análoga.	Desempleados que se establezcan como trabajadores autónomos o por cuenta propia y realicen la contratación de servicios externos de asistencia técnica.	El 75% del coste de los servicios prestados con un límite de 2.000 €	<ul style="list-style-type: none"> ■ Los servicios de asistencia técnica deberán ser prestados por personas naturales o jurídicas especializadas que reúnan garantías de solvencia profesional con experiencia mínima de 2 años en actividades de consultoría. ■ Se concederá de una sola vez por todos los servicios recibidos y pagados entre los 3 meses anteriores al inicio de la actividad y los 12 meses posteriores.
SUBVENCIÓN PARA FORMACIÓN	Financiación parcial de cursos de dirección y gestión empresarial y de TIC recibidos por el trabajador autónomo al inicio de su proyecto de autoempleo.	Desempleados que se establezcan como trabajadores autónomos o por cuenta propia que reciban la formación.	El 75% del coste de los servicios prestados con un límite de 3.000 €	<ul style="list-style-type: none"> ■ La formación será impartida por asociaciones de trabajadores autónomos, centros colaboradores del INAEM, centros universitarios, escuelas de negocio u otras entidades especializadas con garantías de solvencia profesional. ■ Las acciones formativas desarrolladas entre los tres meses anteriores al inicio de la actividad y los doce meses posteriores a dicho inicio.

El presente documento tiene carácter meramente informativo y su contenido carece de valor jurídico.

INAEM. Servicio de Promoción de Empleo

Pág. 2

PROGRAMA EMPRENDEDORES AUTÓNOMOS

(Orden EIE/469/2016, de 20 de mayo, por la que se aprueba el Programa Emprendedores. BOA nº 102 de 30 de mayo)

CONSIDERACIONES GENERALES	
REQUISITOS GENERALES	<p>Requisitos generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Estar de alta, con carácter previo a la solicitud de subvención, en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos o Mutualidad del colegio profesional, así como en el Censo de Obligados Tributarios y en el I.A.E. ■ Estar desempleado previamente al inicio de la actividad. ■ En el caso de subvenciones para trabajadores con discapacidad, acreditar un grado de minusvalía igual o superior al 33%.
EXCLUSIONES	<ul style="list-style-type: none"> ■ Socios de sociedades mercantiles y quienes ejerzan en ellas funciones de dirección y gerencia, salvo que se trate de autónomos de sociedades limitadas unipersonales. ■ Socios trabajadores o de trabajo de cooperativas y sociedades laborales. ■ Trabajadores autónomos en calidad de familiares colaboradores del titular. ■ Quienes hayan desarrollado similar actividad por cuenta propia en los 12 meses anteriores al inicio de la actividad. ■ Quienes en los 3 años anteriores a la solicitud hubiesen sido beneficiarios del mismo tipo de ayuda, con excepción de lo previsto para el incentivo a la consolidación de proyectos.
OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar la actividad económica con exclusividad durante el primer año, no pudiendo durante el mismo, realizar ninguna otra actividad ni por cuenta ajena ni propia. ■ Comunicar al INAEM en el plazo de 1 mes desde que se produzca la obtención de otras subvenciones o ayudas para la misma finalidad. ■ Someterse a las actuaciones de comprobación del INAEM, Diputación General de Aragón, Administración General del Estado o Unión Europea. ■ Realizar ininterrumpidamente, durante al menos 2 años la actividad que fundamenta la concesión de la correspondiente subvención, mantener su actividad empresarial, permanecer de alta en Seguridad Social o equivalente, salvo que se justifique documentalmente el cese en aquélla por causas ajenas a la voluntad del beneficiario. ■ En el caso de subvenciones financieras, no cancelar ni amortizar anticipadamente los préstamos que hayan dado lugar a la obtención de dichas subvenciones. ■ Mantener un sistema de contabilidad separado o un código contable adecuado en relación con las transacciones relacionadas con las subvenciones. ■ Disponer de libros contables y conservar los documentos justificativos de la aplicación de los fondos recibidos, incluso los documentos electrónicos, en tanto que puedan ser objeto de las actuaciones de comprobación y control.
PLAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES	<ul style="list-style-type: none"> ● Subvención para el establecimiento como trabajador autónomo: en el mes siguiente a la fecha de inicio de la actividad. ● Subvención financiera: 3 meses a contar desde la formalización del préstamo, salvo que se hubiese formalizado con anterioridad al inicio de la actividad, en cuyo caso se solicitará en el plazo de 3 meses desde el inicio de la actividad. ● Subvención por incentivo a la consolidación de proyectos: en el mes siguiente a aquél en que se cumpla el primer año de actividad. ● Subvenciones para asistencia técnica y para formación: en los doce meses posteriores a la fecha de inicio de la actividad.

El presente documento tiene carácter meramente informativo y su contenido carece de valor jurídico.