



I.E.S PABLO PICASSO

西班牙食物 (nuevo mundo).

2º BACHILLERATO B

Alumno

Clemente Cuenca, Andrea.

Fernández González, Ana Belén.

Sierra Doblas, Antonio.

Gómez Garrido, Carlos.

Málaga, 2018

Contenido

1. Presentación del proyecto.	4
1.1. Datos básicos.....	4
1.2. Descripción del producto o servicio.....	4
1.3. Ámbito y mercado.....	4
1.4. Promotores.....	4
1.5. Aspectos económicos globales.....	5
2. Análisis del entorno.....	6
2.1. Entorno general.....	6
2.1.1. Económico.....	6
2.1.2. Sociocultural.....	6
2.1.3. Político-legal.....	6
2.1.4. Tecnológico.....	7
2.2. Entorno específico.....	7
2.2.1. Proveedores.....	7
2.2.2. Clientes.....	7
2.2.3. Competidores.....	7
3. Plan de Marketing.....	9
3.1. Planificación del marketing.....	9
3.1.1. DAFO.....	9
3.2. El mercado y la demanda.....	10
3.5. Marketing mix.....	11
3.5.1. Producto.....	11
3.5.2. Distribución.....	11
3.5.3. Promoción.....	12
4. Plan de operaciones.....	14
4.1. Localización.....	14
4.2. Edificios y terrenos.....	14
4.3. Empresas y proveedores.....	14
4.4. Proceso productivo.....	14
4.5. Costes.....	14
4.5.1. Costes fijos.....	14
4.5.2. Costes variables.....	15
4.6. Seguridad e higiene.....	15
4.7. Calidad.....	15

5. Plan de recursos humanos.....	16
5.1. La función de dirección de recursos humanos.....	16
5.1.1. Las funciones de la dirección RRHH.....	16
5.1.2. La motivación humana.....	16
5.1.3. Factores de motivación.....	17
5.1.4. Dirección y liderazgo.....	17
5.1.5. Reclutamiento, selección y formación de personal.....	17
5.1.7. Contratación de trabajo y relaciones laborales.....	18
5.1.8. Derechos y obligaciones de los trabajadores.....	18
5.2. La dirección de la empresa y sus funciones.....	18
5.3. Tipo de estructura organizativa.....	18
6. Plan económico-financiero.....	20
6.1. Cuenta de resultado.....	21
6.1.1. Cuenta de resultado del año 1.....	21
6.1.2. Cuenta de resultado del año 2.....	22
6.1.3. Cuenta de resultado del año 3.....	23
6.2. Balance.....	24
6.2.1. Balance año 1.....	24
6.2.2. Balance año 2.....	25
6.2.3. Balance año 3.....	26
6.3. Representación gráfica.....	27
6.4. Fondo de maniobra.....	28
6.5. Ratios.....	28
6.6. Rentabilidad.....	29
7. Plan jurídico fiscal.....	30
8. Calendario.....	32
9. Bibliografía.....	33

1. Presentación del proyecto.

1.1. Datos básicos.

**Nombre:* 西班牙食物 (nuevo mundo).

**Localización:* nuestro restaurante está situado en Wangfujing, Pekín

1.2. Descripción del producto o servicio.

**Aspectos de diferenciación:* ofrecemos una experiencia española tanto gastronómica como cultural. Además, también poseemos una decoración española en el local y una forma única de elaborar las comidas.

**Ventajas competitivas:* nuestra empresa posee rasgos innovadores ya que es algo original, además de personal cualificado, buen marketing para dar a conocer nuestro servicio y una estética exclusiva. Existen otros competidores que hacen cosas similares a nuestros servicios pero nosotros tenemos ese toque único que nos diferencia. Estos toques pueden ser, por ejemplo, los shows de flamenco de los fines de semana o nuestra técnica de elaborar un plato especial de cada región española cada semana.

1.3. Ámbito y mercado.

Por un lado, el ámbito donde se encuentra nuestra empresa es el de la hostelería. En China, este sector es muy importante y abarca un 23% del mercado.

Por otro lado, nuestra empresa es una competencia monopolística ya que en el mercado existen muchas empresas, tenemos una relativa libertad y salida del mercado, poseemos productos diferenciados a través de la publicidad y existe la fuerte competencia.

1.4. Promotores.

**Conocimientos:* abarcamos todos los conocimientos necesarios para llevar a cabo el servicio que ofrecemos y estos conocimientos serían, por ejemplo, cómo es la rentabilidad de China, la actividad económica de sus ciudadanos, sus intereses, los lugares más recurrentes, etc...

**Experiencias:* al llevar poco tiempo en el mercado, tenemos menor experiencia comparado con algunos competidores.

**Funciones:* somos emprendedores que a través de un préstamo pedido en España además de nuestros ahorros vamos a llevar a cabo el desarrollo de nuestro proyecto.

1.5. Aspectos económicos globales.

**Inversión:* cada uno aportamos un capital de 4.000 €. Además, hemos pedido un préstamo de 14.000€ en España.

**Financiación:* a partir del préstamo y nuestros ahorros nos financiaremos en un principio hasta que la empresa comience a obtener beneficios, una parte de los cuales nos servirá para financiarnos.

**Previsión de ingresos:* en función de la renta media china junto con nuestros precios, estimamos ganar 32.400€ al mes, suponiendo que vengan 40 personas al día y gasten una media de 18€. El dinero invertido se recuperará en dos años aproximadamente, y a partir de esto, obtendremos mayores beneficios.

**Rentabilidad:* con toda seguridad, este negocio será rentable. Sin embargo, hay una cantidad de riesgos que podrían poner en peligro la rentabilidad y es preciso considerarlos.

Es seguro que el negocio será rentable, sin embargo, pueden surgir problemas de flujo de caja ya que es necesario pagar los ingredientes, así que se hablará con el gobierno de China para pedir un préstamo en caso de emergencia. Los pronósticos sobre las ventas están muy ajustados al punto de equilibrio.

Una vez analizado todo esto, creemos que la empresa tendrá una alta rentabilidad.

**Objetivos:* maximizar el beneficio, crecer como empresa, crear valor y desarrollar responsabilidades sociales para favorecer a la sociedad y cuidar el medio ambiente de alguna forma.

2. Análisis del entorno.

2.1. Entorno general.

Son las circunstancias del entorno de China que afectan a todas las empresas.

2.1.1. Económico.

**Los ciclos económicos*: el producto interior bruto total es de 313.000 millones de yuanes, es decir, un aumento del 10,2% sobre el año anterior. El PIB per cápita era de 27.746 yuanes.

**La tasa de desempleo* de China cayó a su menor nivel en varios años y se ubicó en 3.95% en septiembre de 2017, aunque el mercado laboral aún afronta desafíos mientras la economía sigue implementando reformas estructurales. La economía creó 10.97 millones de empleos nuevos en China; es decir, un crecimiento de 300,000 puestos en relación con el año anterior.

**Los tipos de interés* han subido por sorpresa a corto plazo en diez puntos básicos. Resumidamente, el organismo monetario pretende evitar que las compañías se endeuden y controlar los riesgos del sistema financiero creados por los estímulos a base de compra de deuda de años anteriores.

2.1.2. Sociocultural.

**El nivel educativo* depende de la zona geográfica. El modelo educativo está basado en la memoria y repetición. Éste ha sido criticado duramente ya que aunque se consiguen buenos resultados, asfixia al alumnado.

**El estilo de vida* chino está marcado por una increíble tradición. Nos referimos a una población de más de mil millones de personas en las que existen diferencias dependiendo de las características económicas, geográficas o sociales.

**Los hábitos de consumo*: más de una cuarta parte del gasto total de la población fue a parar a alimentos y bebidas.

2.1.3. Político-legal.

**El marco jurídico*: dota a las relaciones comerciales y a la inversión extranjera. Es decir, China ha desarrollado un cuerpo legislativo que regula las formas de inversión en el país, el marco fiscal, los derechos de la propiedad industrial, el empleo...

**La política fiscal*: el presidente del Banco Popular de China (central), Zhou Xiaochuan, dijo que la entidad mantendrá una política monetaria "prudente" durante 2018 dentro del objetivo de asegurar un crecimiento sostenible y de calidad.

*La *normativa laboral* asume como igual a todos los individuos sin discriminación, los contratos han de ser escritos, los trabajadores tienen que un manual del empleado, existe la licencia por maternidad, los menores de 16 años no pueden trabajar, los trabajadores deben inscribirse en la seguridad social, etc...

2.1.4. Tecnológico.

**Las mejoras técnicas*: la más notable de este año en China ha sido la mejora de la gestión de recursos hídricos y el control de la contaminación.

**La innovación*: una de las potencias más innovadoras del momento es china ya que está viviendo una revolución tecnológica y empresarial.

2.2. Entorno específico.

Las circunstancias del entorno de China que afectan a nuestra empresa.

2.2.1. Proveedores.

Por un lado, nuestros proveedores chinos nos abastecen con los alimentos como las verduras, las carnes, los pescados y algunos productos lácteos, mientras que por otro lado, los alimentos como el jamón serrano, las aceitunas, los quesos curados, etc... son importados desde España por nuestros proveedores españoles. REVISAR

2.2.2. Clientes.

Son personas jóvenes a las que les gusta conocer nuevas culturas, pero también son personas mayores que buscan comida de calidad. En general, atraemos a personas que busquen platos innovadores y con un toque español.

El grado de receptividad es alto, ya que la mayoría de las personas se sienten atraídas por España y por la buena calidad de nuestros platos. Además, de por el buen trato hacia los clientes.

2.2.3. Competidores.

**Fortalezas*: llevan más tiempo en el mercado (por lo que tienen más experiencias), conocen mejor a la sociedad china y sus gustos, tienen un alto nivel del idioma, conocen mejor las costumbres asiáticas...

**Debilidades:* la mayoría de los competidores no ofrecen productos o servicios innovadores, no poseen nuestra creatividad, no tienen la misma calidad de productos...

**Productos que ofrece:* no son semejantes ya que nuestros productos son exclusivos y vienen de España. Además, hacemos actividades típicas españolas para el consumidor como actuaciones de baile flamenco.

3. Plan de Marketing.

3.1. Planificación del marketing.

3.1.1. DAFO.

<p><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Un buen de marketing, promocionando nuestro restaurante. ·Excelente trato al cliente. ·Tenemos trabajadores cualificados. ·Utilizamos alimentos de calidad. ·Poseemos un alto patrimonio. ·Buena estética del local. ·Buena localización del restaurante. 	<p><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Llevamos poco tiempo en el mercado. ·Tenemos poca experiencia. ·Al ir a otro país, la motivación es baja por estar separados de nuestros seres queridos. ·Desconocimiento del país. ·Diferentes costumbres. ·Otro horario distinto al español.
<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Ayudas de parte del gobierno. ·Buena coyuntura económica social. ·Buena calidad de los productos extraídos de España. ·Ayudas con el idioma (academias). ·A los asiáticos les interesa España. ·En la zona de nuestro restaurante hay un alto poder adquisitivo, por lo que no les importa gastarse dinero en una buena comida. 	<p><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Nuestro producto puede gustar o no. ·Los competidores llevan más tiempo en el mercado. ·Difícil transporte de alimentos desde España. ·Algunas personas no apoyan nuestros productos.

Las estrategias del DAFO son:

·Estrategias ofensivas:

- *Como es algo innovador, el gobierno chino apoya nuestros servicios con ayudas, subvenciones, etc...
- *Al ser comida típica española, utilizaremos productos de la tierra de buena calidad, atrayendo a los consumidores.

·Estrategias defensivas:

- *Al ser comida de calidad, esto atrae el cliente.
- *Gracias a nuestro patrimonio, invertimos una parte en publicidad y así más gente conoce nuestro negocio.

·Estrategias de cambio:

*El Estado nos ofrece ayudas (academias), por lo que podemos así mejorar el idioma de nuestros empleados para así mejorar el servicio.

*Estudiar el entorno para poder adaptarnos a él.

·Estrategias de supervivencia:

*Mejoramos la poca experiencia con el tiempo, y así superamos a los competidores.

*Los ciudadanos chinos se adaptan a nuestras costumbres y comidas con el paso del tiempo.

3.2. El mercado y la demanda.

-Según su competencia: competencia monopolística.

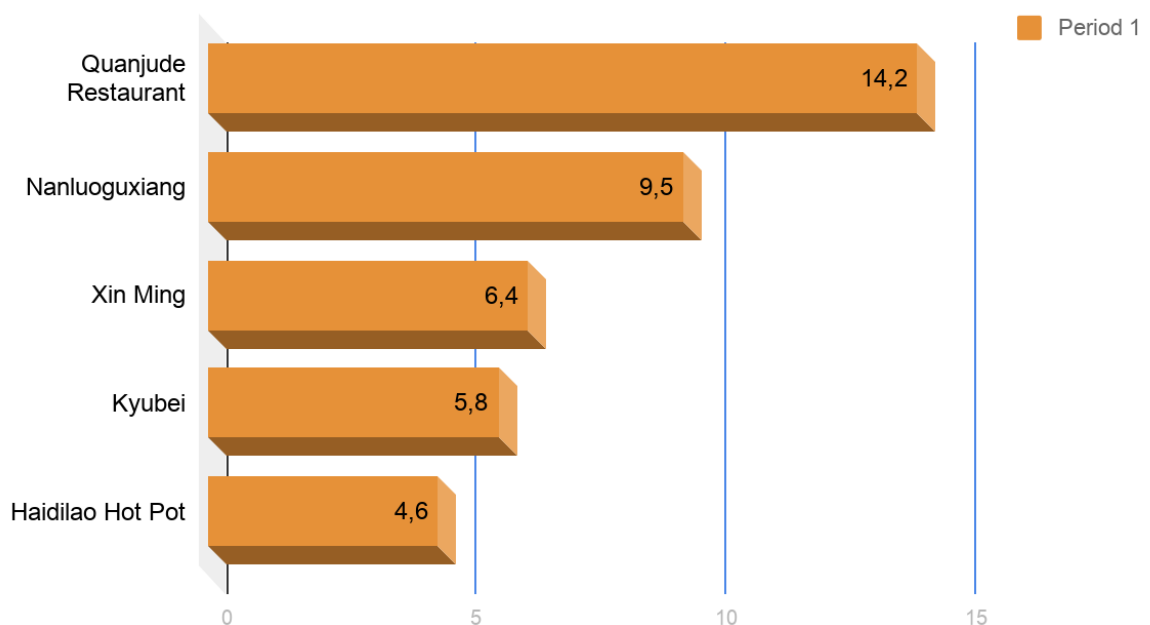
-Según posibilidades de expansión: mercado actual.

-Según el motivo de compra: mercados de consumo.

Cuota de mercado= Ventas totales de la empresa / Total de ventas en el mercado x 100

Cuota de mercado de nuestra empresa (las últimas 12 semanas)= 3.360/1.000.000 x100= 0.34%.

Cuota de Mercado en sector de la restauración (China)



Estos son cinco de los restaurantes más importantes de la región. Ocupan el 40.5% de la cuota total.

3.3. Segmentación del mercado.

**Criterio psicográfico:* buscamos a clientes atrevidos, de cualquier edad y sexo, que tengan ganas de probar platos a los que no estén acostumbrados y además, que deseen conocer la cultura española a través de nuestro servicio. En cuanto al estilo de vida de los consumidores, no tenemos un prototipo exacto, pero creemos que una persona innovadora puede encajar perfectamente con el perfil de nuestros servicios.

**Comportamiento de compra:* buscamos que los clientes tengan una frecuencia de compra media, ya que nos interesa que vuelvan a nuestro restaurante. Esperamos que a los clientes les satisfaga nuestro servicio y que de este modo, sean fieles a nuestros productos.

3.4. Estrategia de segmentación y posicionamiento.

Nuestra empresa utiliza el marketing masivo ya que ofrecemos el mismo servicio a todos nuestros clientes sin importar sus diferencias ya que como acabamos de comenzar queremos ver como de aceptado es nuestro producto en general para todo el mundo.

3.5. Marketing mix.

3.5.1. Producto.

En nuestro restaurante ofrecemos platos españoles de gran calidad y con un precio asequible y económico, semejante al de los competidores. Nuestra atención al cliente es ejemplar, ya que nuestros trabajadores están cualificados para la hostelería y además, saben cómo tratar a los clientes, por lo que los éstos se sienten satisfechos.

Nuestra empresa tiene una marca única, puesto que la utilizamos para toda la gama de servicios (tanto en eventos como en el restaurante).

3.5.2. Distribución.

Al estudiar el mercado hemos encontrado una tendencia importante en China: el servicio online. Nos hemos planteado la cuestión de cómo complementar nuestros servicios con esta nueva tendencia y así aumentar las ventas. Como no disponemos del capital suficiente para comprar una flota de transporte por la ciudad y llevar nuestros productos a domicilio, hemos recurrido a unirnos con la startup ELE.ME.

Esta startup se convirtió en el proveedor de servicios de entrega a domicilio más grande de China y en la actualidad, cuenta con alrededor de 260 millones de usuarios y 2 millones de restaurantes aliados.



Al unirnos a este servicio lo único que tenemos que hacer es pagar trimestralmente sus servicios y ellos hacen el resto. Esto nos aportaría más cuota de mercado y nos permitiría acercarnos al sector más joven, los cuales utilizan este servicio y creemos que se pueden sentir atraídos por nuestro servicio.

En definitiva, además de elaborar nuestros platos en el restaurante, también colaboramos con esta startup ya que nos parece interesante que nuestros platos también puedan ser enviados a domicilio, para así abarcar más clientes y tener un mayor beneficio.

Para finalizar, debemos destacar que utilizamos un canal directo en el restaurante, ya que no existen intermediarios y los platos se sirven al momento de elaborarlos, mientras que, por otro lado, utilizamos un canal corto cuando colaboramos con ELE.ME, ya que son los intermediarios encargados de llevar nuestros productos a los domicilios de nuestros clientes.

3.5.3. Promoción

Utilizamos varias formas para promocionarnos, tales como:

*Utilizar banners en páginas web para que la gente pueda saber de nosotros.

*Turnaremos a los camareros para que ofrezcan en las calles degustaciones de nuestra carta y así la gente tenga la oportunidad de probarlos y venir al restaurante.

*Llevar a cabo el comercio electrónico (spam).

*Organizar eventos para que la gente conozca nuestros productos. Esto puede sonar ambicioso ya que acabamos de empezar en el mercado, pero esperamos que con el tiempo lo podamos llevar a cabo y así dejarnos conocer.

4. Plan de operaciones.

4.1. Localización.

Nos situamos en el barrio comercial de Wangfunjing, Pekín.

4.2. Edificios y terrenos.

El diseño de planta es moderno y con un toque español. Tenemos posibilidades de expansión pero por el momento queremos probar cómo va el negocio en el que estamos invirtiendo y nos conformamos con ello. El coste de la instalación es de 8000€.

4.3. Empresas y proveedores.

Los alimentos más básicos como las verduras, la carne, el pescado y algunos productos lácteos son comprados en China, mientras que los productos como el jamón serrano, las aceitunas, el queso curado, el lomo en manteca, etc... son importados desde España gracias a nuestros proveedores españoles.

Encargamos estos productos cada semana, para estar bien abastecidos. Gastamos unos 5000 euros mensuales en productos para elaborar las comidas. Además, debemos contar con el dinero que debemos pagar a los cocineros, encargados, camareros... que son un total de 25000 euros aproximadamente.

Cabe destacar que solo compramos productos con sello de alta calidad y denominación de origen español en su mayoría. Además, disponemos de cámaras frigoríficas para mantener los alimentos en buen estado ya que esto es de vital importancia para nosotros.

4.4. Proceso productivo.

No poseemos fábricas ya que una parte de las materias primas son compradas en China y otra parte importada desde España, por lo que lo único que hacemos es emplear estas materias en nuestra cocina y elaborar las comidas para servir las directamente en nuestro restaurante.

4.5. Costes.

4.5.1. Costes fijos.

Los costes fijos son los siguientes:

*El agua, 200€ al mes.

*El gas, 300€ al mes.

*El servicio de cableado, 100€ al mes.

*Los salarios, 25000€ (en total entre todos los empleados).

4.5.2. Costes variables.

Las materias primas más su importación, 5000€ al mes.

4.6. Seguridad e higiene.

Poseemos 3 extintores, dos en la cocina y uno en el local junto a la puerta. Además de un botiquín de primeros auxilios y una salida de emergencia en la parte de atrás del local.

Por otro lado, los empleados deben seguir unas reglas de higiene como mantenerse limpios y aseados y usar redecillas para el pelo y guantes. Además, los cocineros deben de lavar bien los alimentos para evitar problemas de salud o higiene a los clientes.

4.7. Calidad

Al haber empezado hace poco, no hay mucho que cambiar o mejorar a priori. En un futuro esperamos que nuestros cocineros mejoren el servicio, la rapidez y la calidad de nuestra comida al adaptarse a nuestras cocinas y modos de servicio. Además del idioma, por supuesto.

También debemos mejorar nosotros como empresarios mediante la experiencia invirtiendo en nuevos proyectos, ya sea mejorando el local, montando nuevos locales

5. Plan de recursos humanos.

5.1. La función de dirección de recursos humanos.

El principal problema que se plantea en la gestión de recursos humanos de nuestra empresa es la necesidad de integrar los intereses individuales de los objetivos comunes.

5.1.1. Las funciones de la dirección RRHH.

**Sistema de evaluación, recompensas e incentivos:* en nuestra empresa motivamos a los trabajadores entregándoles un cheque regalo valorado en 80€ cada 6 meses para que lo utilicen como ellos deseen.

**Liderazgo:* buscamos el estilo adecuado para cada situación para influir en todas las personas y desarrollar los procesos de comunicación formal e informal.

**Contratación:* buscamos el modelo de contratación adecuado para nuestros trabajadores, haciendo pruebas para calificar su nivel y ver si son adecuados para la labor.

**Conflicto de intereses:* tratamos de solucionarlos de forma pacífica y escuchando la opinión de cada uno de los empleados porque su bienestar es clave para el funcionamiento del restaurante.

5.1.2. La motivación humana.

La motivación depende de cómo se satisfagan los cinco tipos de necesidades de las personas, que se pueden representar de forma jerárquica en la pirámide de Maslow.

**Fisiológicas:* nuestros trabajadores pueden cubrir sus necesidades primarias, como alimentarse o vestirse, gracias al sueldo.

**Seguridad:* elaboramos un contrato fijo a cada empleado para que estén seguros en su trabajo.

**Sociales:* hacemos todo lo posible para que los trabajadores tengan buena relación entre ellos, organizando comidas y actividades donde puedan conocerse y haya un buen ambiente en el trabajo.

**Estima:* para motivar a los empleados, cada mes elegimos al mejor trabajador del restaurante y ponemos una fotografía de él o ella, para que se sienta realizado. Esto hará que mejoren cada vez más en su puesto de trabajo y intenten conseguir ser el mejor.

**Autorrealización:* dado que desarrollan todo su potencial, son útiles en el restaurante y pueden subir a mayores cargos.

5.1.3. Factores de motivación.

Los incentivos económicos de nuestra empresa son:

**Salario base:*

- Los 2 encargados: cobran mensualmente 500€ brutos cada trabajador.
- Los 4 cocineros: cobran mensualmente 450€ brutos cada trabajador.
- Los 6 camareros cobran mensualmente 400€ brutos cada trabajador.

**Complementos salariales:* por cada 5 años que un empleado trabaje en el restaurante, se le añadirá en el sueldo 50€

**Retribuciones en especie:* cada trabajador dispone de un iPad para apuntar la comanda y además, fuera del trabajo pueden utilizarla para su disfrute. Además, les regalamos vales de comida en diferentes restaurantes de la zona.

5.1.4. Dirección y liderazgo.

Somos líderes democráticos, ya que alentamos la participación de los subordinados en la toma de decisiones, somos abiertos y favorecemos la cooperación.

5.1.5- Reclutamiento, selección y formación de personal.

**Planificación de RRHH:*

-Descripción del puesto: como hemos comentado antes, existen los puestos de cocinero, camarero y encargado.

-Especialización del puesto: por un lado, los camareros toman nota de lo que los clientes desean tomar y se lo traen. Por otro lado, los cocineros preparan los platos. Por último, los encargados supervisan para ver si el trabajo que están realizando es adecuado.

**Reclutamiento:* para hacer la elección de los empleados de nuestra empresa hacemos una serie de pruebas. Los cocineros tendrán que elaborar un plato específico, los camareros deberán llevar correctamente una bandeja llenos de alimentos y entablar una conversación para ver como tratarían a los clientes. Por último, los encargados tendrán que controlar una situación de descontrol imaginaria para ver su actitud frente a los problemas.

**Selección:* en nuestra empresa elegimos a los mejores trabajadores: a los que sean responsable, tengan una higiene correcta y estén especializados en la materia.

**Integración:* los nuevos empleados serán integrados por los demás trabajadores gracias a las comidas que hacemos cada mes para que interactúen entre ellos.

5.1.7. Contratación de trabajo y relaciones laborales.

Nuestra empresa ofrece contratos indefinidos a todos los trabajadores. Y cuando los trabajadores estén de vacaciones escogemos otros trabajadores para que ocupen el puesto del que se ha ido de vacaciones con un contrato de duración determina.

5.1.8. Derechos y obligaciones de los trabajadores.

De contenido profesional	De acción colectiva	Personales
-Ocupación de puesto de trabajo. -Jornada laboral máxima de 40 horas. -Promoción y formación profesional. -Vacaciones anuales retribuidas (mínimo 20 días naturales).	-Libre sindicación para defender sus intereses. -Negociación colectiva. -Adopción de medidas de conflictos. -Huelga. - Reunión. -Participación en la empresa	-Integridad física (seguridad e higiene). -No discriminación por raza, sexo, religión, ect... -Respeto e intimidad. -Consideración de la dignidad.

5.2. La dirección de la empresa y sus funciones.

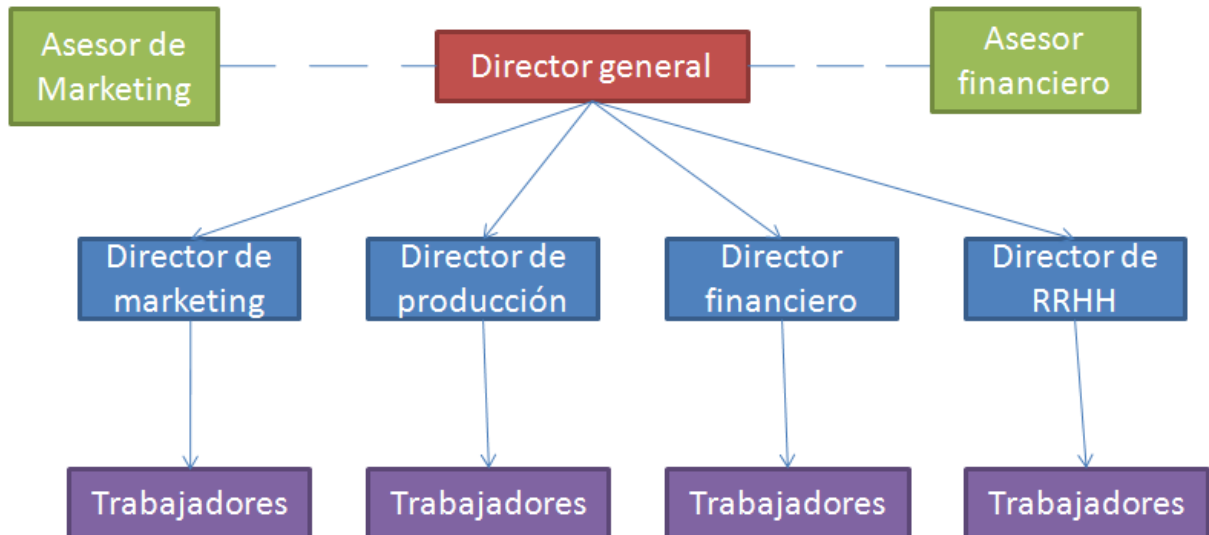
**Alta dirección:* en la alta dirección podemos encontrar a los propietarios (que en este caso somos nosotros). Nos encargamos de dirigir la empresa fijando los objetivos y las estrategias a seguir para lograrlos.

**Dirección intermedia:* contamos con un director de marketing, un director de producción, un director financiero y un director de RRHH.

**Dirección operativa:* Contamos con tres encargados en el restaurante que cumplen esta función, un jefe de cocina, el jefe de servicio y el jefe de limpieza y mantenimiento.

5.3. Tipo de estructura organizativa.

En nuestro caso utilizamos el tipo en línea y staff ya que contamos con un asesor financiero y un asesor de marketing. Al ser nuevos en China y no conocer demasiado el país hemos pensado que nos vendría bien alguien que sepa sobre el mercado, las costumbres, el qué nos puede favorecer, etc.... Además, hemos usado el criterio de departamentalización funcional.



6. Plan económico-financiero.

**Inversión*: cada uno aportamos un capital de 4.000€. Además, hemos pedido un préstamo de 14.000€ para llevar adelante el proyecto.

**Financiación*: a partir del préstamo y nuestros ahorros nos financiaremos en un principio hasta que la empresa comience a obtener beneficios una parte de los cuales nos servirá para financiarnos.

**Evaluación de recursos*: nuestro periodo de maduración consiste en:

-Período medio de almacenamiento: en primer lugar, compramos las materias primas en España y las exportamos hasta China.

-Período medio de fabricación: más tarde, fabricamos los platos con estas materias primas para servirlos a los clientes.

-Período medio de ventas: no renovamos el almacén de productos terminados ya que nuestros platos se realizan en el mismo momento que son encargados en el restaurante por los clientes.

-Período medio de cobro: por último, recibimos el dinero a cambio del plato en ese mismo día.

**Sistema de cobros a clientes*: tenemos promociones y diferentes descuentos.

**Sistema de pago a proveedores*: pagamos a los proveedores en el mismo momento que compramos las materias primas.

**Previsión de tesorería*: en función de la renta media china junto con nuestros precios, estimamos ganar 32.400€ al mes, suponiendo que vengan 40 personas al día y gasten una media de 18€. El dinero invertido se recuperará en dos años aproximadamente, y a partir de esto, obtendremos mayores beneficios.

6.1. Cuenta de resultado.

6.1.1. Cuenta de resultado del año 1.

CUENTA DE RESULTADOS	
Ventas de mercadería.....	390.000€
Compras de mercadería.....	(30.000€)
Sueldos y salarios.....	(300.000€)
Seguridad social.....	(40.000€)
Suministros.....	(2.400€)
Reparaciones y conservación.....	(2000€)
Seguros.....	(1000€)
Otros tributos.....	(800€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN.....	13.800€
Ingresos financieros.....	0€
Intereses de préstamos.....	(450€)
RESULTADO FINANCIERO.....	(450€)
RESULTADO ANTE DE IMPUESTOS.....	13.350€
Impuestos sobre beneficios.....	(3.337,5€)
RESULTADO DEL EJERCICIO.....	10.012,5€

6.1.2. Cuenta de resultado del año 2.

CUENTA DE RESULTADOS	
Ventas de mercadería.....	420.000€
Compras de mercadería.....	(30.000€)
Sueldos y salarios.....	(300.000€)
Seguridad social.....	(40.000€)
Suministros.....	(2.400€)
Reparaciones y conservación.....	(2000€)
Seguros.....	(1000€)
Otros tributos.....	(800€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN.....	43.800€
Ingresos financieros.....	0€
Intereses de préstamos.....	(450€)
RESULTADO FINANCIERO.....	(450€)
RESULTADO ANTE DE IMPUESTOS.....	43.350€
Impuestos sobre beneficios.....	(10.837,5€)
RESULTADO DEL EJERCICIO.....	32.512,5€

6.1.3. Cuenta de resultado del año 3.

CUENTA DE RESULTADOS	
Ventas de mercadería.....	450.000€
Compras de mercadería.....	(30.000€)
Sueldos y salarios.....	(300.000€)
Seguridad social.....	(40.000€)
Suministros.....	(2.400€)
Reparaciones y conservación.....	(2000€)
Seguros.....	(1000€)
Otros tributos.....	(800€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN.....	73.800€
Ingresos financieros.....	0€
Intereses de préstamos.....	(450€)
RESULTADO FINANCIERO.....	(450€)
RESULTADO ANTE DE IMPUESTOS.....	73.350€
Impuestos sobre beneficios.....	(18.337,5€)
RESULTADO DEL EJERCICIO.....	55.012,5€

6.2. BALANCE.

6.2.1. Balance año 1.

ACTIVO = 103.000€

<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>	53.000€
-Inmovilizado intangible.....	0€
-Inmovilizado material.....	53.000€
·Local (incluida la reforma)	8.000€
·Materias primas (alimentos).....	40.000€
·Elementos de transporte.....	5.000€
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	50.000€
-Existencias.....	20.000€
·Mercadería.	
-Realizable.....	0€
·Clientes.	
-Disponible.....	20.000€
·Cajas y bancos.	

PASIVO Y PN = 103.000€

<u>PATRIMONIO NETO</u>	27.012,5 €
·Capital social.....	16.000€
·Reservas.....	1.000€
·Resultado del ejercicio.....	10.012,5€
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	11.200€
·Deudas a largo plazo.....	11.200€
<u>PASIVO CORRIENTE</u>	64.787,5€
·Deudas a corto plazo.....	2.800€
·Proveedores.....	40.000€
·Acreedores.....	21.987,5€

6.2.2. Balance año 2.**ACTIVO = 132.724,5€**

ACTIVO NO CORRIENTE	58.000€
-Inmovilizado intangible.....	0€
-Inmovilizado material.....	58.000€
·Local (incluida la reforma)	10.500€
·Materias primas (alimentos).....	40.000€
·Elementos de transporte.....	7.500€
ACTIVO CORRIENTE	74.724,5€
-Existencias.....	49.724,5€
·Mercadería.	
-Realizable.....	0€
·Clientes.	
-Disponible.....	25.000€
·Cajas y bancos.	

PASIVO Y PN = 132.724,5

PATRIMONIO NETO	59.537,5 €
·Capital social.....	16.000€
·Reservas.....	11.025€
·Resultado del ejercicio.....	32.512,50€
PASIVO NO CORRIENTE	8.400€
·Deudas a largo plazo.....	8.400€
PASIVO CORRIENTE	64.787,5€
·Deudas a corto plazo.....	2.800€
·Proveedores.....	40.000€
·Acreedores.....	21.987,5€

6.2.3. Balance año 3.**ACTIVO = 184.937,5€**

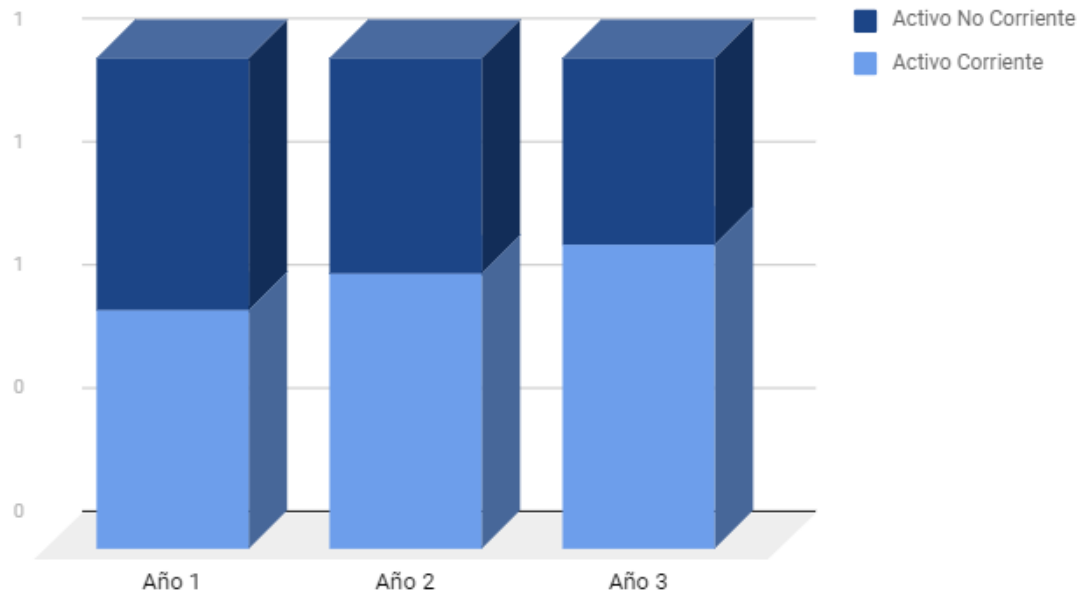
ACTIVO NO CORRIENTE	70.213€
-Inmovilizado intangible.....	0€
-Inmovilizado material.....	70.213 €
·Local (incluida la reforma)	14.937,5€
·Materias primas (alimentos).....	45275,5€
·Elementos de transporte.....	10.000€
ACTIVO CORRIENTE	114.724,5€
-Existencias.....	69.724,5€
·Mercadería.	
-Realizable.....	0€
·Clientes.	
-Disponible.....	45.000€
·Cajas y bancos.	

PASIVO Y PN =184.937,5

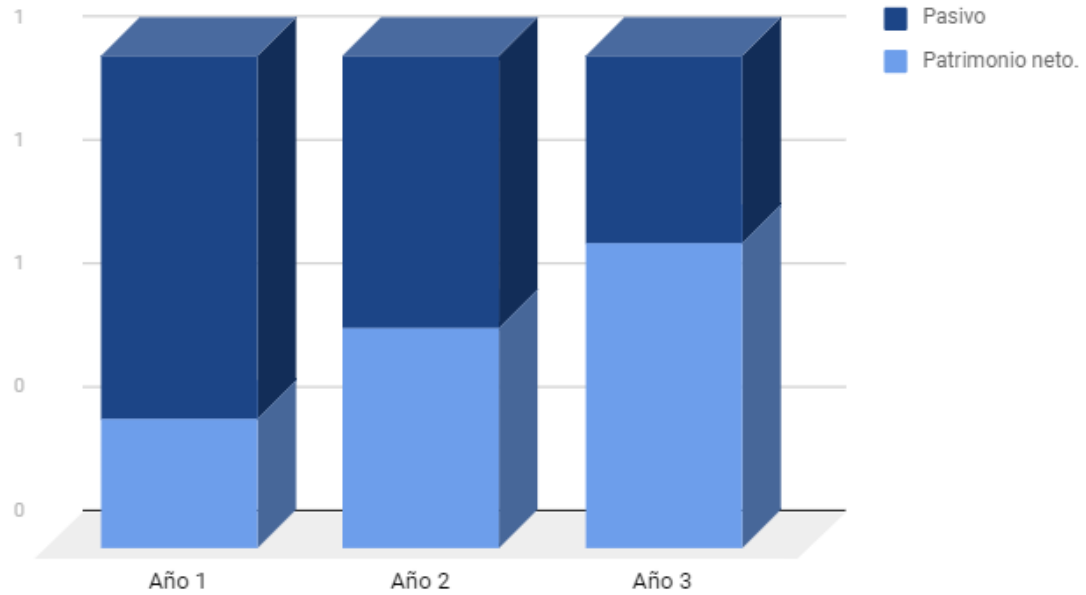
PATRIMONIO NETO	114.550€
·Capital social.....	16.000€
·Reservas.....	43.537,5€
·Resultado del ejercicio.....	55.012,5€
PASIVO NO CORRIENTE	5.600€
·Deudas a largo plazo.....	5.600€
PASIVO CORRIENTE	64.787,5€
·Deudas a corto plazo.....	2.800€
·Proveedores.....	40.000€
·Acreedores.....	21.987,5€

6.3. Representación gráfica.

·Representación gráfica del activo de nuestra empresa.



·Representación gráfica del pasivo de nuestra empresa.



6.4. Fondo de maniobra.

*Año 1

$$50.000 - 64787,5 = -14787,5€.$$

*Año 2

$$74.724,5 - 64.787,5 = 9937€.$$

*Año 3

$$114.724,5 - 647.875 = 49937€.$$

6.5. Ratios.

*Ratio de liquidez = AC/PC. Entre (1,5 y 2).

Año 1	Año 2	Año 3
0.77	1.15	1.7

*Ratio de tesorería = Disponible + Realizable / PC. Entre (0,75 y 1).

Año 1	Año 2	Año 3
0.30	0.38	0.66

*Ratio de disponibilidad = Disponible/PC. Entre (0,1 y 0,3).

Año 1	Año 2	Año 3
0.30	0.38	0.66

*Ratio de garantía = AT/PT. Entre (1.5 y 2.5).

Año1	Año 2	Año 3
1.3	1.81	2.62

*Ratio de endeudamiento: PT/PN + PT. No superior a 0,5.

Año1	Año 2	Año 3
0.73	0.55	0.38

*Coeficiente de apalancamiento: PT/PN. Menor que 1.

Año1	Año 2	Año 3
2.81	1.22	0.06

6.6. Rentabilidad.

**Rentabilidad económica* = BAI/AT x 100.

Año 1	Año 2	Año 3
13%	33%	39%

**Rentabilidad financiera* = BN/Fondos propios x 100.

Año 1	Año 2	Año 3
37%	54%	47%

7. Plan jurídico fiscal.

**Tipo de empresa:* sociedad de responsabilidad limitada.

**Trámites mercantiles:* Xīn shìjiè (新世界).

**Fiscalidad:* IVA del 6% al 16%.

*IRPF:

Circunstancias del contribuyente	Ingresos con base imponible
Residente en China menos de 90 días (183 días si hay un tratado fiscal)	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos originados en China Ingresos pagados por un empleador extranjero (que no se cargue a sus operaciones en China) está exento
Residente en China más de 90 días (183 días si hay un tratado fiscal) pero menos de un año	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos originados en China Ingresos pagados por un empleador extranjero (que no se cargue a sus operaciones en China) está exento
Entre uno y cinco años	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos originados en China Ingresos originados fuera de China pagados por una empresa o individuo chino
Residente en China más de cinco años	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos originados dentro y fuera de China a partir del sexto año por todos los años completos resididos en China

Graphic©Asia Briefing Ltd.

**Trámites laborales:* los contratos de empleo han de ser por escrito (excepto los contratos a tiempo parcial).

Todos los empleados deben disponer de un manual del trabajador: la ley exige que los empresarios informen a los trabajadores del tipo de trabajo que se les proporciona, así como de las condiciones de trabajo y salariales. Los empresarios no podrán despedir a sus empleados por causas que no hayan sido recogidas en el manual del empleado.

Existen limitaciones en el uso de los contratos de duración definida. Los empleadores tradicionalmente contrataban a sus empleados por renovaciones sucesivas de contratos temporales. Con la nueva ley, esta práctica ya no es posible. Sólo se permiten dos contrataciones temporales consecutivas por trabajador. Si éste continúa en la empresa tras ese periodo, su contrato pasará a ser indefinido.

La Ley establece un nuevo procedimiento sumario de reclamación de salarios, así como la no obligatoriedad de trabajar horas extra.

La nueva normativa especifica los supuestos en que el empleado y el empleador pueden terminar la relación laboral, así como algunos supuestos que justifican el despido sin obligación de compensación. Se añaden nuevos supuestos bajo los cuales el contrato no puede ser rescindido.

Trámites locales:* toda sociedad que sea controlada en una cuota igual o superior al 25% por extranjeros es considerada una FIE (Foreign Invested Enterprise, Sociedad con capital extranjero). La FIE más común es la **WFOE (sociedad de capital 100% extranjero), o, como su nombre indica, una ‘entidad’ legal que es propiedad de extranjeros en su totalidad.

8. Calendario.

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7
Registrar nombre	X						
Redactar estatuto			X				
Ingresar la cuota necesaria	X						
Apertura del local						X	

9. Bibliografía.

<https://www.icex.es/icex/es/index.html>

<http://www.bancomundial.org/>

<http://www.eleconomista.es/>

<https://www.elblogsalmon.com/>

<http://www.esade.edu/homepage/esp/newsroom/press-releases/viewelement/108461/2321/marketing-en-china:-de-la-estrategia-a-la-implementacion>

<https://metodo403.wordpress.com/tag/segmentacion-del-mercado-china/>

<https://listas.20minutos.es/lista/chinatown-20-barrios-chinos-muy-lejos-de-china-352758/>

<https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g294212-c36-Beijing.html>

<http://economia.ws/recursos-humanos.php>

<http://prl.ceoe.es/es/contenido/internacionalizacion/China/China-tramites>

<https://www.datosmacro.com/smi/china>

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/politica-y-economia>

<http://prl.ceoe.es/es/contenido/internacionalizacion/China/China-derechos-deberes-trabajadores>

<https://ivonnesalse.wordpress.com/sistema-de-gobierno-partidos-politicos-y-division-de-poderes/>

<https://redchina.es/homosexualidad-en-china-y-el-entorno-socio-cultural/>

<http://www.monografias.com/docs111/economia-china/economia-china.shtml>