

TRABAJO EN GRUPO ECONOMÍA DE LA EMPRESA

2ºBACHILLERATO B

GONZÁLEZ AND COMPANY S.A.



Nuria Guillén Aguilar, Raquel Medina Jiménez y Margarita Larena López

Índice de contenido

Estudio del mercado.....	4
Análisis del entorno.....	4
Objetivos de la empresa.....	5
Marketing.....	5
1.Cabeza.....	5
2.Mástil.....	5
3.Cuerpo o caja de resonancia.	5
4.Precio.....	5
4.Promoción.....	5
5.Distribución.....	5
Localización y dimensión.....	5
1.Localización.....	5
Factores de localización industrial.....	6
Factores de localización comercial.....	6
Dimensión de la empresa.....	6
·Tamaño:.....	6
·Ámbito de actuación:	6
·Titularidad del capital:.....	6
Economías de escala.....	6
Especialización o diversificación.....	7
La cadena de valor.....	7
Matriz DAFO.....	7
Análisis DAFO.....	7
La división técnica del trabajo y especialización.....	7
Ventajas:	8
Inconvenientes:.....	8
La dirección de la empresa y sus funciones.....	8
Organigrama representativo de nuestra empresa.....	9
·Ventajas:	10
·Inconvenientes:	10
Dirección de recursos humanos:.....	10
Funciones de la dirección de recursos humanos:.....	10
La motivación humana.....	11
Derechos y obligaciones de los trabajadores:.....	11
Año 2015.....	12
Balance de nuestra empresa.....	12
Representación gráfica y fondo de maniobra:	12
Ratios de nuestra empresa.....	13
Año 2016:.....	14
Balance de nuestra empresa.....	14
Representación gráfica y fondo de maniobra.....	14
Ratios de nuestra empresa.....	15
Año 2017.....	16
Balance de nuestra empresa.....	16
Representación gráfica y fondo de maniobra.....	16
Ratios de nuestra empresa.....	17
Cuenta de resultados:.....	18
Trámites.....	18

Para una sociedad anónima, el caso de nuestra empresa:.....	18
Marketing mix.....	19
Marketing operativo.....	19
Marketing estratégico.....	19
Política de productos.....	20
Identificación del producto.	20
Ciclo de vida del producto.	20
Etapas del ciclo de vida del producto.....	20
Política de precios.....	20
Obtención del beneficio de la venta de nuestras guitarras.....	21
Comunicación o promoción.....	21
1.Publicidad del producto.	21
2.Promoción de nuestras ventas.	21
3.Relaciones públicas.	21
Calendario de implantación de nuestra empresa.....	21
BIBLIOGRAFÍA:.....	22

Presentación del proyecto:

Nombre: GONZÁLEZ AND COMPANY

Descripción del producto:

Nuestra empresa trata sobre la venta de distintos tipos de guitarras, dando a conocer nuestra especialidad : la guitarra española.

Es un instrumento musical de cuerda pulsada, compuesto de una caja de resonancia, un mástil sobre el que va adosado el diapason o trastero generalmente con un agujero acústico en el centro de la tapa y seis cuerdas.

Promotores:

Somos una compañía dedicada a la venta e información de guitarras, nosotros juntos a nuestros trabajadores cualificados queremos hacer triunfar nuestra innovación.

Estudio del mercado.

Análisis del entorno

Situación socio-económica:

China es la segunda potencia económica del mundo, el primer exportador y posee las reservas de cambio más elevadas. La recesión mundial de 2009 interrumpió el ritmo de crecimiento constante que había emprendido el país, y se manifestaron los límites de un crecimiento enfocado esencialmente en las exportaciones.

Población actual: la población actual a día de hoy en china es de aproximadamente 1 388 898 533.(1.388 millones)

Legislación de china:

El poder legislativo es unicameral y recae en la Asamblea Nacional Popular (ANP), el órgano supremo de poder del estado.

Aspectos generales del sector:

Algunos productos sustitutivos a nuestro producto puede ser el

Objetivos de la empresa.

Nuestro objetivo es innovar en China parte de los conocimientos y culturas españolas.

Marketing.

El producto es un instrumento de cuerda como dijimos anteriormente que consta de tres partes:

1. Cabeza.

Pieza de madera donde se ubica toda la parte mecánica. Se trata de un ensamblaje donde aparece una tuerca de cremallera que hace girar una clavija de marfil en la cual se enrolla la cuerda: esto permite tensar más o menos la cuerda y así poder afinar el instrumento.

2.Mástil.

En él se encuentran unas barritas incrustadas en la madera, éstas determinan la casilla de las diferentes notas. Los trastes son los espacios situados entre dos barritas. Existen 19 casillas correspondientes cada una a un semitono.

3.Cuerpo o caja de resonancia.

Da el eco y con esto el tono musical a nuestro instrumento.

4.Precio.

Su precio esta valorado en una media de unos 4538 yuanes equivalente a 600 euros en España.

4.Promoción.

Le damos una promoción exclusiva a nuestro producto mediante nuestra publicidad y nuestra capacidad creativa en nuestros anuncios y/o lugar de tienda.

5.Distribución.

Lo transportamos con aviones de la compañía de España a China y en China es distribuido mediante camiones, furgonetas,etc...

Localización y dimensión.

1.Localización.

La sede central de nuestra empresa se encuentra en la capital de España, en Madrid al igual que nuestros almacenes ya que para nuestra empresa es mucho más fácil la comunicación al ser un sitio más turístico y la capital del país es más fácil dar a conocer nuestra empresa e incrementar ventas.

A diferencia de nuestra sede central y nuestros almacenes, nuestros centros de producción se encuentran distribuidos por toda España.

Los diferentes puntos de venta se encuentran en España ya que es un producto típico de allí y se da mucho su comercialización. Entonces nuestra empresa ha pensado innovar llevando este producto a China.

Factores de localización industrial.

- **Facilidad de acceso a las materias primas:** nos centramos en la capital, para así tener más facilidad para así conseguir los recursos necesarios para la producción.

- **Existencia de mano de obra cualificada:** nosotros para nuestra empresa hemos cogido personas cualificadas para la venta. Porque además de vender saben el funcionamiento y manejo de dicho producto para resolver las posibles dudas de los clientes.

- **Dotación industrial e infraestructuras:** colocamos la empresa en la capital porque cerca tenemos empresas de materiales relacionados con nuestro producto. Y por eso llevamos el producto fabricado a China porque en China no hay empresas cercanas que nos pueda facilitar la tarea de producción y fabricación.

- **Transportes y telecomunicaciones:** disponemos de aviones a nuestro servicio para facilitarnos el transporte del producto y cuando llega a China este producto tenemos camiones a nuestra

disposición para llevar nuestras guitarras a las tiendas.

• **Ayudas económicas o fiscales:** en vez de ayudas ofrecidas por el Estado tenemos convenios con otros tipos de empresas para la distribución y fabricación del producto.

Factores de localización comercial.

• **Proximidad a la demanda:** nuestra empresa está situada en Shanghái en la bulliciosa y moderna Nanjing Road, que es la arteria comercial de Shanghái.

• **Visibilidad del local:** nuestras fachadas constan con dos guitarras iluminadas en la noche y de fuerte color en el día.

• **Coste del local:** nuestros costes de local son elevados pero la rentabilidad de nuestra empresa es mayor.

• **Facilidad de comunicaciones y comodidad de acceso:** contamos con un parking subterráneo ya que al ser una calle muy transitada no hay facilidad de aparcamiento.

Dimensión de la empresa.

·Tamaño:

Es una mediana empresa porque nuestro objetivo es seguir creciendo en el ámbito personal, ya que queremos crear más de una empresa en China al igual que en España.

Nuestra empresa consta de 50 a 250 trabajadores en el ámbito profesional.

·Ámbito de actuación:

Es una multinacional porque ofrecemos nuestros servicios en España Y China.

·Titularidad del capital:

Privada.

Economías de escala.

Se trata de una situación en la que cuanto más guitarras producimos el coste que nos supone fabricar el producto es menor, por lo tanto se produce mayor beneficio por cada unidad extra que producimos.

Una de sus razones es el aspecto comercial: en el que nuestra empresa reduce los costes en las compras al hacerlo a gran escala y consigue mejor precio de sus proveedores.

Especialización o diversificación.

Nuestra empresa está dentro del apartado de especialización basado en el desarrollo del mercado ya que añadimos productos actuales en un nuevo mercado.

La cadena de valor.

Compramos a mayoristas → Recibimos el producto → Ponemos precio al valor del producto → Lo transportamos hacia los distintos almacenes multinacionales → Los ponemos a la venta → Recibimos su beneficio.

Matriz DAFO.

FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
-Equipo profesional con amplia experiencia. -Especialización del producto.	-Costes unitarios elevados. -Falta de idioma. -Dificultad de adaptación.
OPORTUNIDADES.	AMENAZAS.
-Entrar en nuevos sectores. -Poca competencia en el sector. -Aceptación del país hacia nuestra empresa.	-Entrada de nuevos competidores. -Dificultad en ocasiones de transporte. -No hay posibilidad de alianza en China.

Análisis DAFO.

	PUNTOS FUERTES.	PUNTOS DÉBILES.
OPORTUNIDADES.	<u>Estrategias ofensivas.</u> Al ser la única empresa en el ámbito tenemos poca competencia en el sector.	<u>Estrategias de cambio.</u> Gracias a la aceptación del país se empieza a conocer nuestro producto.
AMENAZAS.	<u>Estrategia defensiva.</u> Al contar con los mejores profesionales en nuestra empresa la entrada de nuevos competidores no nos afectará tanto.	<u>Estrategia de supervivencia.</u> Para reducir el problema del idioma contamos con trabajadores que sepan ambos idiomas para que un futuro aumentemos la posibilidad de alianza.

La división técnica del trabajo y especialización.

En Madrid tenemos diferente personal cualificado para la producción de nuestras guitarras. Este personal cualificado se encuentra organizado en tareas fijas según sus especialidades.

Ventajas:

- **Aumenta la habilidad de trabajador:** al hacer la misma tarea repetitivamente, ya que cuando haces el mismo trabajo todos los días te especializas en ella.
- **Ahorro de tiempo:** evitando periodos de tránsito entre tareas al tener a nuestros trabajadores distribuidos cada uno en sus correspondientes puestos de trabajo.
- **Innovación:** el empleado al tener toda su atención en una tarea repetitiva, lo más probable que incorpore procedimientos para facilitar su realización.

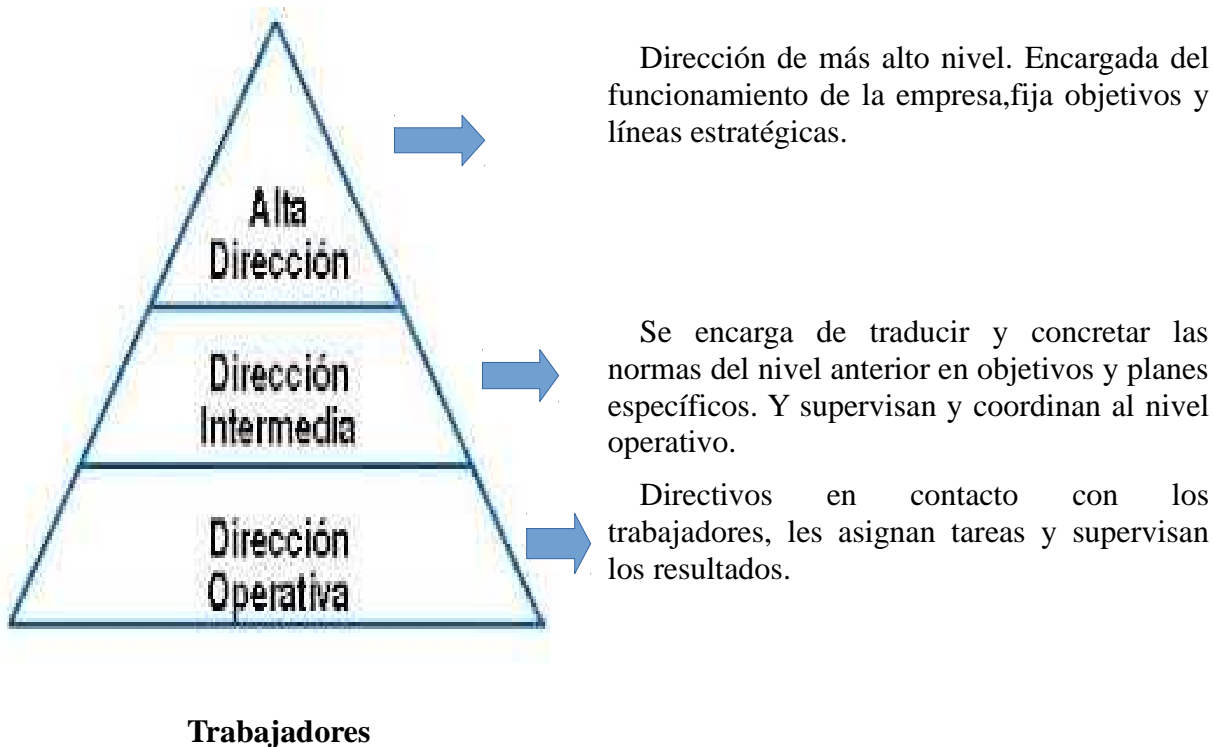
Inconvenientes:

•**Desmotivación del trabajador:** al realizar una misma tarea de forma repetitiva, el trabajador se puede llegar a cansar.

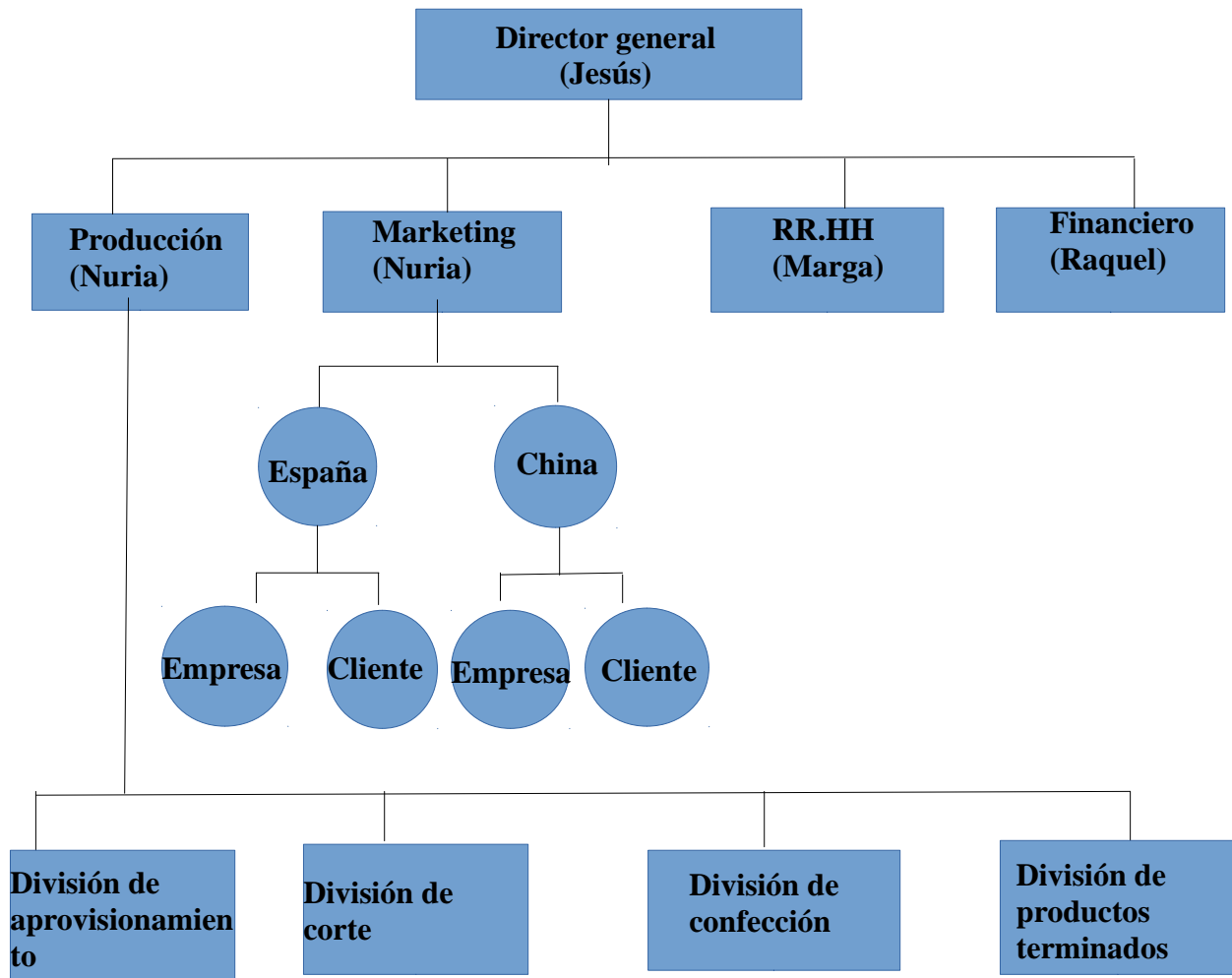
•**Interdependencia económica:** los trabajadores no producen ningún bien completo por sí mismos, requieren de los demás.

Para conseguir los resultados esperados, es imprescindible la coordinación en la empresa.

La dirección de la empresa y sus funciones



Organigrama representativo de nuestra empresa.



Nuestra empresa tiene una estructura funcional en la que los subordinados reciben órdenes, comunicación y asesoramiento de varios jefes diferentes, cada uno especialista en una función en concreto. Este tipo de estructura tiene sus ventajas y sus inconvenientes.

·Ventajas:

Cada supervisor trabaja en su especialidad, y el consejo y asesoramiento experto está a disposición de cada trabajador.

·Inconvenientes:

Cada trabajador tiene más de un jefe que puede llevar a confusión. Los canales de comunicación son más complejos y pueden sufrir problemas de coordinación.

Las funciones de la dirección de los recursos humanos.

Dirección de recursos humanos:

El principal problema es la necesidad de integrar los intereses individuales de los objetivos de la empresa.

Funciones de la dirección de recursos humanos:

• **Sistemas de evaluación, recompensas e incentivos** : para motivar a los empleados de forma permanente. **Ejemplo:** Nuestra empresa, entrega como recompensa vales de comida o beneficia a los empleados con un salario extra de unos 50€.

• **Liderazgo**: busca el estilo adecuado para cada situación y desarrolla los procesos de comunicación formal e informal. **Ejemplo:** Nuestra empresa lleva a cabo un liderazgo eficiente y formal que al igual que manda a los empleados y les informa de las tareas también les ayuda a realizar el trabajo si hay alguna duda y de manera eficiente.

• **Reclutamiento, selección y formación**: asignar el personal más apropiado para cada puesto de trabajo. **Ejemplo:** Antes de asignar las tareas a los trabajadores, estos deben pasar por una entrevista donde los ponemos en situación de los distintos tipos de trabajo, si estos la superan, el más talentoso tendrá el puesto de trabajo.

• **Contratación**: utilización del modelo de contrato más adecuado. **Ejemplo:** Utilizamos el contrato indefinido para nuestro personal.

• **Conflictos de intereses**: tratar de solucionar los conflictos de forma pacífica y que sirva como fuente de aprendizaje. **Ejemplo:** Si surge algún problema, esta siempre suele solucionarlo de forma ordenada y creando el menor daño a la empresa posible, una vez solucionado dicho problema, lo utilizamos como fuente de aprendizaje para que nuestros empleados sepan desenvolverse en otra ocasión.

Los sindicatos: si nuestros trabajadores tienen algún problema o no están de acuerdo con nuestras condiciones laborales tienen derecho a acudir a los sindicatos (organizaciones de trabajadores para defender sus derechos y mejorar las condiciones).

La motivación humana.

Teoría de Maslow: 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.

En la pirámide, las necesidades más altas ocupan nuestra atención sólo cuando se han satisfecho las necesidades inferiores de la pirámide.



Derechos y obligaciones de los trabajadores:

Los empleados deben cumplir unas obligaciones y unos derechos de su puesto de trabajo y contribuir la mejora de la productividad.

Hay derechos de:

• Contenido profesional (ejemplos).

- Vacaciones anuales mínimo 30 días naturales en España y 5 días en China.
- Recibir puntualmente un salario.
- Promoción y formación profesional.

• De acción colectiva (ejemplos).

- Huelga.
- Negociación.
- Participación en la empresa.

• Personales (ejemplos).

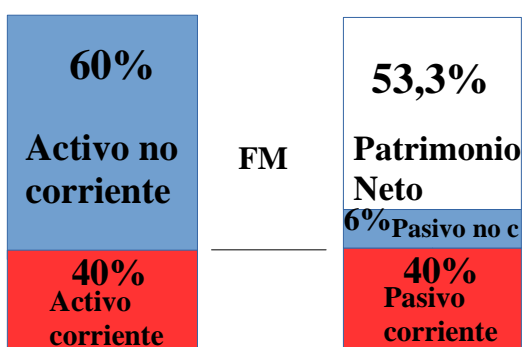
- Respeto a la intimidad.
- Integridad física (seguridad e higiene).
- No discriminación por raza, sexo, religión, etc.

Año 2015

Balance de nuestra empresa.

ACTIVO TOTAL	25.000 €		PN Y PASIVO TOTAL	25.000 €	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	52%	13.000 €	A) PATRIMONIO NETO	30%	8500 €
I. Inmovilizado material			I. Capital	18%	
X Terrenos ... 7.000 €	28%		Capital social ... 4500 €		
X Construcciones ... 1.000 €	4%		III. Reservas	16%	
Instalaciones técnicas ... 350 €	14%		Reservas ... 4000 €		
X Maquinaria ... 950 €	318%		VII. Resultado del ejercicio		
Otras instalaciones ... 200 €	018%				
X Mobiliario ... 1500 €	6%		B) PASIVO NO CORRIENTE	4%	1000 €
X Elementos de transporte ... 2.000 €	8%		II. Deudas a largo plazo		
X Otro inmovilizado material ... 500 €	2%		Deudas a largo plazo ... 1000 €	4%	
Amortización acumulada ... 500 €	2%				
B) ACTIVO CORRIENTE	48%	12.000 €	C) PASIVO CORRIENTE	66%	16500 €
I.I. Existencias	314%		III. Deudas a corto plazo		
Mercaderías ... 800 €	32%		Deudas a corto plazo ... 0€		
Materias primas ... 800 €	014%		V. Acreedores	20%	
Repuestos ... 100 €	8%		Proveedores ... 5000 €	24%	
X Material de oficina ... 2.000 €	1128%		Hacienda pública ... 6000 €	22%	
Productos terminados ... 320 €	014%		Acreedores ... 5500 €		
III. Realizable	1%				
Deudores	2%				
Clientes	2828%				
VII. Efectivo disponible					
Caja ... 500 €					
Banco ... 7010 €					

Representación gráfica y fondo de maniobra:



Fondo de maniobra:

$FM = AC - PC$

$FM = 9000 - 6000 = 3000 \text{ €}$

Nuestra empresa se encuentra en una situación de estabilidad financiera.

Ratios de nuestra empresa.**Ratios a corto plazo:**

• **Ratio de liquidez (solventia a corto plazo):** $\frac{AC}{PC} = \frac{Disponible + Realizable + Existencias}{PC}$

$\frac{6000}{6000} = 1$ El ratio de liquidez se encuentra dentro de los límites establecidos. **Entre 1,5 y 2.**

• **Ratio de tesorería (test ácido):** $\frac{Disponible + Realizable}{PC}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{3500}{6000} = 0,58$ El ratio de tesorería se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de disponibilidad (tesorería inmediata):** $\frac{Disponible}{PC}$ **Entre 0,1 y 0,3.**

$\frac{2800}{6000} = 0,46$ El ratio de disponibilidad se pasa un poco por lo que habría que mejorarlo.

Ratios a largo plazo:

• **Ratio de garantía:** $\frac{AT}{PT}$ **Entre 1,5 y 2,5.**

$\frac{15000}{7000} = 2,14$ El ratio de garantía se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de endeudamiento:** $\frac{PT}{PN + PT}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{7000}{12000} = 0,58$ El ratio de endeudamiento se encuentra dentro de los límites establecidos.

Coefficiente de apalancamiento: $\frac{PT}{PN}$ **Menor que 1.**

$\frac{7000}{5000} = 1,4$ El coeficiente de apalancamiento sobrepasa los límites.

• **Ratio de calidad de la deuda:** $\frac{PC}{PT}$ **Cuanto menor mejor.**

$\frac{6000}{7000} = 0,85$ Cuanto menor sea el resultado mejor será nuestra calidad de la deuda.

• **Ratio de autonomía financiera:** $\frac{PN}{PT}$ **Cuanto mayor mejor.**

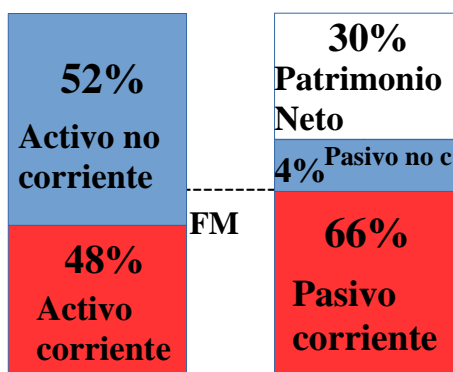
$\frac{5000}{7000} = 0,71$ Cuanto mayor sea el resultado mayor autonomía financiera tendrá la empresa.

Año 2016:

Balance de nuestra empresa.

ACTIVO TOTAL		15000€	PN Y PASIVO		15000€
A) ACTIVO NO CORRIENTE	60%	9000€	A) PATRIMONIO NETO	8000€	53.3%
I. Inmovilizado material.			I. Capital		
- Terrenos.	26.7%	4000€	- Capital social.	3500€	23.3%
- Construcciones	12%	1800€	III Reservas.		
- Instalaciones técnicas	4.7%	200€	- Reservas.	4500€	30%
- Maquinaria	2%	300€	III Resultado del ejercicio.		
- Otras instalaciones.	3.3%	500€			
- Mobiliario.	1.3%	200€	B) PASIVO NO CORRIENTE.	1000€	6.7%
- Elementos de transporte.	6.7%	1000€	II Deudas a largo plazo.	1000€	6.7%
- Otro inmovilizado material.	4%	600€			
- Amortización acumulada.	0.7%	100€	C) PASIVO CORRIENTE.	6000€	40%
B) ACTIVO CORRIENTE	40%	6000€	V. Acreedores sociales y otras cuentas a pagar.		
II. Existencias.			- Proveedores.	1000€	6.7%
- Mercaderías.	5%	750€	- Hacienda pública.	3000€	20%
- Materias primas.	4%	600€	- Acreedores.	2000€	13.3%
- Repuestos.	0.7%	100€			
- Material de oficina.	4.7%	700€			
- Productos terminados.	2.3%	350€			
III Deudores comerciales, Realizable					
- Deudores.	1.3%	200€			
- Clientes.	3.3%	500€			
VII. Efectivo. Disponible.					
- Caja, euros	5.3%	800€			
- Banco.	13.3%	2000€			

Representación gráfica y fondo de maniobra.



Fondo de maniobra:

FM = AC - PC

FM = 12000 - 16500 = -4500 €

Nuestra empresa se encuentra en una situación de desequilibrio financiero.

Ratios de nuestra empresa.**Ratios a corto plazo:**

• **Ratio de liquidez (solventia a corto plazo):** $\frac{AC}{PC} = \frac{Disponible + Realizable + Existencias}{PC}$

$\frac{12000}{16500} = 0,72$ El ratio de liquidez se encuentra dentro de los límites establecidos. **Entre 1,5 y**

2.

• **Ratio de tesorería (test ácido):** $\frac{Disponible + Realizable}{PC}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{7920}{16500} = 0,48$ El ratio de tesorería se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de disponibilidad (tesorería inmediata):** $\frac{Disponible}{PC}$ **Entre 0,1 y 0,3.**

$\frac{7570}{16500} = 0,46$ El ratio de disponibilidad se pasa un poco por lo que habría que mejorarlo.

Ratios a largo plazo:

• **Ratio de garantía:** $\frac{AT}{PT}$ **Entre 1,5 y 2,5.**

$\frac{25000}{17500} = 1,43$ El ratio de garantía se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de endeudamiento:** $\frac{PT}{PN + PT}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{17500}{42500} = 0,41$ El ratio de endeudamiento se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Coefficiente de apalancamiento:** $\frac{PT}{PN}$ **Menor que 1.**

$\frac{17500}{25000} = 0,7$ El coeficiente de apalancamiento se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de calidad de la deuda:** $\frac{PC}{PT}$ **Cuanto menor mejor.**

$\frac{16500}{17500} = 0,94$ Cuanto menor sea el resultado mejor será nuestra calidad de la deuda.

• **Ratio de autonomía financiera:** $\frac{PN}{PT}$ **Cuanto mayor mejor.**

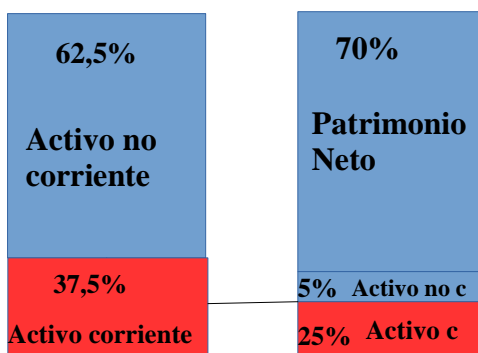
$\frac{25.000}{17500} = 1,43$ Cuanto mayor sea el resultado mayor autonomía financiera tendrá la empresa.

Año 2017.

Balance de nuestra empresa.

Activo	4.000€		PN y Pasivo	4.000€	
A) Activo no corriente	62,5%	2500€	A) Patrimonio Neto	2800€	70%
I. Inmovilizado material			I Capital social		
- Terrenos	17,5%	700€	- Capital social	1200€	30%
- Construcciones	7,5%	300€	III Reservas		
- Instalaciones técnicas	5%	200€	- Reservas	1800€	40%
- Maquinaria	7%	280€	VII. Resultado del ejercicio		
- Otras instalaciones	8,75%	350€	B) Pasivo no corriente	200€	5%
- Mobiliario	6,25%	250€	II Deudas a cargo pteco		
- Elementos de transporte	7,5%	300€			
- Otro inmovilizado material	5,5%	220€			
- Amortización acumulada	2,5%	100€			
B) Activo corriente	37,5%	1500€	C) Pasivo corriente	1000€	25%
II Existencias			V. Acreedores		
- Mercaderías	6,25%	250€	- proveedores	320€	8%
- Materias primas	2,5%	100€	- Hacienda pública	380€	9,5%
- Repuestos	1,25%	50€	- Acreedores	300€	7,5%
- Material de oficina	7,5%	300€			
- Productos terminados	3,5%	140€			
III Deudas comerciales Realizable					
- Deudores	12,5%	500€			
- Clientes	2,5%	100€			
VII Efectivo disponible					
- Caja	1,90%	75€			
- Banco	9,4%	375€			

Representación gráfica y fondo de maniobra.



Fondo de maniobra:

FM= AC - PC

FM= 1500 - 1000 = 500 €

Nuestra empresa se encuentra en una situación de equilibrio financiero.

Ratios de nuestra empresa.**Ratios a corto plazo:**

• **Ratio de liquidez (solventia a corto plazo):** $\frac{AC}{PC} = \frac{Disponible + Realizable + Existencias}{PC}$

$\frac{1500}{1000} = 1,5$ El ratio de liquidez se encuentra dentro de los límites establecidos. **Entre 1,5 y 2.**

• **Ratio de tesorería (test ácido):** $\frac{Disponible + Realizable}{PC}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{600}{1000} = 0,6$ El ratio de tesorería se encuentra dentro de los límites establecidos.

• **Ratio de disponibilidad (tesorería inmediata):** $\frac{Disponible}{PC}$ **Entre 0,1 y 0,3.**

$\frac{450}{1000} = 0,45$ El ratio de disponibilidad se pasa un poco por lo que habría que mejorarlo.

Ratios a largo plazo:

• **Ratio de garantía:** $\frac{AT}{PT}$ **Entre 1,5 y 2,5.**

$\frac{4000}{1200} = 3,33$ El ratio de garantía habría que mejorarlo ya que sobrepasa los límites.

• **Ratio de endeudamiento:** $\frac{PT}{PN + PT}$ **Entre 0,75 y 1.**

$\frac{1200}{4000} = 0,3$

• **Coficiente de apalancamiento:** $\frac{PT}{PN}$ **Menor que 1.**

$\frac{1200}{2800} = 0,42$

• **Ratio de calidad de la deuda:** $\frac{PC}{PT}$ **Cuanto menor mejor.**

$\frac{1000}{1200} = 0,83$

• **Ratio de autonomía financiera:** $\frac{PN}{PT}$ **Cuanto mayor mejor.**

$\frac{2800}{1200} = 2,33$

Cuenta de resultados:

	A	B	C
Cuenta de pérdidas y ganancias	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ingresos de explotación	8.000,00 €	2.000,00 €	4.000,00€
Gastos de explotación	700,00 €	500,00 €	1.800,00 €
Resultados de explotación	7.300,00 €	1.500,00 €	5.800,00 €
Ingresos financieros	10.000,00 €	8.000,00 €	100,00 €
Gastos financieros	500,00 €	950,00 €	770,00 €
Resultado financiero	9.500,00 €	7.050,00 €	870,00 €
Resultados antes de impuestos	16.800,00 €	8.550,00 €	6.670,00 €
Impuesto 25%	4.200,00 €	2.137,50 €	1.667,50 €
Resultado del ejercicio	21.000,00 €	10.687,50 €	8.338,00 €

Trámites.***Para una sociedad anónima, el caso de nuestra empresa:***

- Solicitud del certificado de denominación social.
- Apertura de la cuenta bancaria.
- Redacción de estatutos y firma de escritura de la constitución.
- Pago de impuestos de transmisiones patrimoniales.
- Inscripciones en el registro mercantil.
- Cif declaración censar e impuesto de actividades económicas.
- Alta en el régimen de autónomos y/o general de socios y trabajadores.
- Solicitud del libro de visitas.

Marketing mix.

Marketing operativo.

1.Producto.

El diseño con el que cuenta nuestra empresa es el diseño clásico de la guitarra española. Nuestro producto cuenta con una buena calidad aunque ofrecemos una garantía de dos años.

2.Precio.

El precio de nuestras guitarras ronda entre los 500 y 600 €.

3.Distribución.

Disponemos de medios de transportes para facilitar la obtención del producto al consumidor.

4.Producción.

Promocionamos nuestra empresa en las redes debido al éxito de estas.

Marketing estratégico.

Dentro podemos encontrar varios criterios de segmentación:

1.Criterio demográfico.

Nuestro producto está dirigido para todo tipo de público para todo tipo de público ya sea hombre o mujer.

2.Criterio geográfico.

China y España.

3.Criterio psicográfico.

Depende de la personalidad o estilo de vida, por ejemplo la música en nuestro caso.

4.Comportamiento de compra.

Frecuencia y volumen de compra de la población china según la aceptación hacia el producto.

Dentro del marketing estratégico nuestra empresa es de tipo marketing concentrado ya que nuestro único segmento es la guitarra.

Política de productos.

Nuestro producto, la guitarra española cuenta con una serie de características como la calidad de sus materiales, un diseño.

Además cuenta con una garantía de dos años y una atención al cliente en caso de cualquier duda o problema.

Identificación del producto.

Nuestra empresa cuenta con una única marca Prudencio Saez.

Ciclo de vida del producto.

Son las distintas fases por las que pasa un producto desde que entra en el mercado hasta que deja de venderse.

Etapas del ciclo de vida del producto.

Son cuatro etapas las que conforman el ciclo de vida del producto:

1.Introducción.

Se caracteriza por:

- Las ventas son bajas, son bajas al ser nuevos en el ámbito y no ser conocidos.
- Los precios suelen ser altos para obtener los primeros beneficios.

2.Crecimiento.

En esta etapa se suele presentar:

- Las ventas suben con rapidez, a llevar un tiempo en el mercado y ser conocidos en el ámbito aparecen productos con nuevas características por ejemplo extensiones del producto.

3.Madurez.

- Existe una intensa competencia de precios
- Las actividades de distribución son más intensivas.

4.Declinación.

- Los precios pueden llegar a desestabilizarse dependiendo del número de ventas.

Política de precios.

Establecemos el precio de venta conforme al nivel de calidad de nuestro producto y la obtención de la guitarra comprada a mayoristas.

La mayoría de nuestros precios está en 4538 yuanes equivalente a 600 euros en España.

Obtención del beneficio de la venta de nuestras guitarras.

Nuestra empresa compra las guitarras al mayorista Antonio que la vende a 500 € que son 3781 yuanes chinos y nosotros las vendemos a 600 que son 4538 yuanes chinos.

Siendo nuestro beneficio: $BT = IT - CT$

$BT = 620 - 502 = 118$ € de beneficio por cada guitarra

Comunicación o promoción.**1.Publicidad del producto.**

Para dar a conocer nuestra empresa hemos decidido transmitir mensajes publicitarios mediante redes sociales al ser internet el medio más usado.

2.Promoción de nuestras ventas.

Un ejemplo de promoción de nuestra empresa es que ofrecemos un 3x2 en cuerdas de guitarra.

3.Relaciones públicas.

Mejorar la imagen de la empresa mediante trabajadores que dan a conocer nuestro producto.

Calendario de implantación de nuestra empresa.

- Solicitud del certificado de denominación social. → 3 días
- Apertura de la cuenta bancaria. → 15 minutos
- Redacción de estatutos y firma de escritura de la constitución. → 2 meses
- Pago de impuestos de transmisiones patrimoniales. → 30 días
- Inscripciones en el registro mercantil. → 8 días
- Cif declaración censar e impuesto de actividades económicas. → 30 días
- Alta en el régimen de autónomos y/o general de socios y trabajadores. → 24 horas
- Solicitud del libro de visitas. → 1 semana

BIBLIOGRAFÍA:

- Libro de texto **Economía de la empresa 2 (Andrés Cabrera)**. Editorial SM Bachillerato.
- Indicaciones de guía para el plan de empresa de la moodle de cursos.iespablocicasso.
- Web. Google.

Trabajo realizado por: Raquel Medina Jiménez, Nuria Guillén Aguilar, Margarita Lerena López.

