

**Grupo Arena S. L.**

# TAL CUAL

**PERIÓDICO PARA PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD VISUAL**

**PROYECTO FIN DE GRADO**

**ALUMNO: PAULA MONSONÍS CHERMÁ**

**DNI: 53379535-P**

**TUTOR: ANDREU CASERO RIPOLLÉS**

**GRADO EN PERIODISMO**

**CURSO ACADÉMICO 2014 / 2015**



**UNIVERSITAT  
JAUME•I**

## Resumen

La propia demanda de las personas visualmente discapacitadas para exigir un producto tradicional, como es el periódico de papel, pero adaptado a sus necesidades tanto en formato (sistema Braille) como en contenido, ha hecho que en este proyecto académico se estudie su viabilidad económica ya que sin este aspecto no se puede poner en funcionamiento una empresa.

Así, tras estudiar en un primer momento la competencia y el mercado comunicativo actual, el interés que podrían tener tanto las instituciones (como ayuntamientos, bibliotecas y universidades) para ofrecer un servicio así en sus instalaciones y el interés de las mismas personas ciegas, los resultados aseguran que es una buena opción crear un producto con estas características en el mercado. Por este motivo, se constituirá la empresa Grupo Arena S. L. la cual editará y distribuirá semanalmente el noticiero Tal Cual, un servicio que ofrecerá todo tipo de noticias acerca de este colectivo.

**Palabras clave:** Periódico, invidentes, negocio, financiación, inversión competencia, recursos.

## Abstract

The demand of blind people to demand a traditional product as the newspaper, but adapted to their needs both in format (Braille system) and content, has done that this academic project studies its economic viability because without this aspect it's impossible to operate a company.

So, after analyzing the competition and the current communication market, the interest which could have both institutions (such as town halls, libraries and universities) to offer such a newspaper in their installations and the interest of blind people, the conclusion is that it's a good idea to create a product with these characteristics in the society. For this reason, it will constitute Grupo Arena Company who will edit and distribute weekly Tal Cual, a service to offer different news about this collective.

**Keywords:** newspaper, blind people, business, financing, investment, competition, means.

**ÍNDICE:**

1. Introducción.....	4
2. Descripción del proyecto .....	5
2.1. Descripción de la actividad.....	5
2.2 Antecedentes del proyecto.....	6
2.3. Promotor del proyecto.....	7
3. Recursos humanos.....	8
3.1. Primer contrato.....	8
3.2. Segundo contrato.....	10
3.3. Tercer contrato-colaboraciones.....	12
3.4. Servicio de consultoría.....	13
3.5. Servicio de un agente de publicidad.....	14
4. Área jurídica.....	15
4.1. Justificación S. L.....	15
4.2. Capital inicial y fundador.....	16
4.3. Constitución.....	17
5. Plan Comercial.....	20
5.1. Producto o servicio.....	20
5.2. Costes.....	22
5.3. Política comercial y de marketing .....	23
5.4. Estudio de mercado y previsión de ventas.....	25
6. Plan económico y financiero.....	30
6.1 Plan de inversión.....	30
6. 2. Plan de financiación.....	33
7. Dafo.....	36
8. Bibliografía.....	39
9. Resumen ejecutivo en inglés.....	41
10. Anexo.....	46

## 1. INTRODUCCIÓN

La idea elegida para desarrollar en este Trabajo de Final de Grado de Periodismo en la Universitat Jaume I es la creación de una empresa periodística que editará y distribuirá un periódico de papel, Tal Cual, para personas con discapacidad visual. Por este motivo, el sistema de impresión es en braille y los contenidos del rotativo van dirigidos exclusivamente a este colectivo. Para poder llevar a cabo esta actividad, dicho estudio consta de dos partes: en primer lugar, en este documento se explicarán las pautas pertinentes que se han necesitado para la formación de la sociedad Grupo Arena.

Esto significa que se define detalladamente la forma jurídica elegida para esta empresa, así como todo lo referente a recursos humanos (tipos de contratos, salarios...) y recursos materiales. También se esclarecen todos los pasos y requisitos para poder inscribirse en el registro mercantil.

En segundo lugar, y una vez la compañía ya ha adquirido el carácter jurídico necesario para poder ofrecer un servicio, se ha analizado la viabilidad económica de Tal Cual, entendiendo que la obtención de beneficios para continuar editando este rotativo es un aspecto imprescindible.

Este aspecto se justifica a través de la elaboración de un plan comercial – donde se examina el objeto social de la empresa, los costes tanto fijos como variables, el presupuesto y evolución de las ventas con una proyección de cinco años y las estrategias destinadas a incrementar el volumen de facturación– y el estudio de un plan económico y financiero –en los que se define la inversión inicial y las medidas adoptadas para obtener financiación (recursos propios y ajenos de otras entidades y administraciones públicas) –.

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 2.1 Descripción de la actividad

El objeto social del Grupo Arena es el ejercicio de actividades editoriales e informativas en general, la edición por cuenta propia y la impresión de periódicos con sistema braille por cuenta ajena, así como el estudio, diseño, edición, explotación y comercialización de servicios informativos en la modalidad escrita y dirigido exclusivamente a personas invidentes. Concretamente, este rotativo consta de cuatro bloques: ONCE, Servicios, Realidad y Noticias. Siempre primará la proximidad de los acontecimientos a su punto de distribución.

Esta función la desarrolla un maquetador, el cual diseña las páginas y colabora en la distribución de las noticias, y una periodista, quien se encarga de buscar las noticias, realizar entrevistas, contactar diariamente con fuentes útiles de información y, en un sentido más publicitario, trabajará para buscar vías de financiación, patrocinio y sponsors. La sociedad también cuenta con cuatro colaboradores (economista, jurista, educador y sociólogo) con los que se contactará cuando sea necesario para aclarar y explicar más exhaustivamente al lector alguna temática de la que ellos son expertos.

La actividad diaria se basa en preparar el noticiero que saldrá publicado los martes en la Comunidad Valenciana. Todo ello se ejecuta en el domicilio social del Grupo Arena, ubicado en Castellón, avenida Villarreal, bajo nº 19 (376 metros cuadrados con salida de humo), tal como queda inscrito en el Registro Mercantil de Castellón.

En resumen, Grupo Arena tiene por misión, visión y filosofía lo siguiente:

- Misión: La misión de Grupo Arena es dar cabida a un nicho de mercado que aún no había sido satisfecho mediante un nuevo concepto de negocio comunicativo.
- Visión: Pretende convertirse en un referente comunicativo para las personas con discapacidad visual en toda España.

- Filosofía: La filosofía de Grupo Arena, y por consiguiente Tal Cual, es la de hacer llegar a sus clientes la calidad y cobertura informativa necesaria con un sistema adaptado a sus dificultades para integrarles de esta forma en la cotidianidad de leer un periódico.

## 2.2 Antecedentes del proyecto

La idea surge tras conocer de primera mano las carencias, informativamente hablando, que sufren las personas con discapacidad visual. Son ellos los que demandan un medio en el que poder encontrar noticias de su incumbencia, es decir, temáticas que puedan ayudarles en su día a día o les permitan informarse de aspectos que suceden en su colectivo. Tal Cual aparece tras analizar el mercado comunicativo y concluir que es cierto que no existe ningún periódico con contenidos dirigidos al interés de este gremio.

A partir de ese momento se estudia la viabilidad económica del proyecto y una vez aprobada, se ponen en marcha todos los pasos necesarios para que se convierta en una realidad.

Los motivos que se han tenido en cuenta a la hora de elegir esta actividad es, principalmente, el hecho de conocer a personas con esta discapacidad las cuales me pueden aportar su visión, sus necesidades y definir así mejor la idea. Otra de las razones se debe a que siempre he trabajado en el periodismo de papel por lo que es uno de los sectores en los que más experiencia tengo. Además, al no encontrar un producto similar en el mercado es una buena oportunidad para obtener beneficios económicos.

Por todo ello, la formación de Grupo Arena tiene como objetivos:

1. Conocer de primera mano el sistema y proceso necesario para poder llevar a cabo la creación de una empresa y, por consiguiente, la prestación de servicios a la comunidad.

2. Comprender todo acerca de las personas con discapacidad visual, las carencias que encuentran para informarse, qué ayudas reciben por parte de asociaciones, por ejemplo, etc.
3. Ofrecer un nuevo servicio a un sector concreto de la población (discapacitados visualmente). Una nueva vía de información.
4. Ayudar a la integración y normalización de estas personas en la prensa escrita, implicando a asociaciones y administraciones públicas.
5. Crear un proyecto viable económicamente con el que poder mantenerse en el mercado e incrementar los beneficios económicos cada año

### **2.3 Promotores del proyecto**

La única promotora del proyecto es Doña Paula Monsonís Chermá, con DNI 53379535-P, sexo femenino y nacida el 14 de septiembre de 1992 en Burriana (Castellón, España), con un gran conocimiento del sector puesto que es graduada en Periodismo por la Universitat Jaume I (Castellón) y por su experiencia profesional en la comunicación durante varios años. Así, ha trabajado en periódicos como El Mundo-Castellón Al Día o el periódico Mediterráneo.

Dña. Paula Monsonís participa con el 100% del capital social de la compañía.

### **3. RECURSOS HUMANOS**

Para conseguir el objetivo de Grupo Arena: editar y distribuir semanalmente Tal Cual es necesario contar con un equipo de trabajo aunque, en este caso, es bastante reducido. Así, tras analizar todas las funciones y tareas a realizar en esta publicación y la forma en la que hay que llevarlas a cabo, se requiere la contratación de un maquetador-diseñador, una periodista, un gestor a tiempo parcial, un publicista y tres convenios de colaboraciones con expertos en diferentes materias.

Para cada uno de ellos se ha estudiado el tipo de contrato que más se acopla dependiendo de las consecuencias financieras. Según la guía de contratos del Ministerio se establecen los siguientes acuerdos.

#### **3.1 Primer contrato**

La empresa firmará con el maquetador, licenciado en diseño técnico, un contrato indefinido en la modalidad de apoyo al emprendedor. Esta forma obliga al trabajador a estar inscrito en la Oficina de Empleo y puede ser aplicado a empresas que tengan menos de 50 trabajadores, que no hayan realizado decisiones extintivas improcedentes en los seis meses anteriores al acuerdo y debe mantenerse el empleo del trabajador contratado al menos 3 años desde la fecha del inicio de la relación laboral y asimismo deberá mantenerse el nivel de empleo alcanzado durante al menos 1 año. Estas cláusulas son cumplidas por ambas partes.

La elección de este modelo se debe principalmente a los incentivos fiscales y las bonificaciones, según la guía de contratos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, que recibe la compañía. En cuanto al incentivo, se refiere a que la empresa tendrá derecho a una deducción fiscal de 3.000 euros por ser el primer trabajador contratado por la empresa. Además, Grupo Arena recibirá las siguientes bonificaciones, teniendo en cuenta que es menor de 30 años:

- Primer año: 83,33 euros/mes (1.000 euros/año)
- Segundo año: 91,67 euros/mes (1.100 euros/año)
- Tercer año: 100 euros/mes (1.200 euros/año)



La suma asciende a un total de 4.000 euros de ayuda durante el primer año, sin olvidar la cantidad que recibe la empresa el segundo y tercer ejercicio. Por ello, este era el contrato que más se acopla y ayuda a la sociedad a afrontar los gastos mensuales del capítulo de recursos humanos.

En un primer momento también se planteó firmar la modalidad de contrato definida como emprendimiento joven, pero fue desestimada porque, pese a que en ésta se aplica la reducción del 100% de la seguridad social en el primer año, la cantidad económica total percibida es menor pues la bonificación es de 0 euros en los siguientes ejercicios.

Por ello, según el salario establecido para este empleado, la cotización a la seguridad social es de 2.714,92 euros anuales (193,93 por 14 pagas), cifra que cubre en su totalidad el modelo de apoyo al emprendedor gracias a la bonificación de 83,33 euros al mes y al incentivo de 3.000 euros. Además, aún sobra 1.285,04 euros para el resto de gastos.

El sueldo de este trabajador es de 9.080 euros brutos anuales dividido en 14 pagas (648,60 euros mensuales). No obstante, el coste para la firma es mayor:

<b>APORTACIONES AL ESTADO</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>Seguridad Social</b>	23,6%
<b>Desempleo</b>	5,5%
<b>Formación profesional</b>	0,6%
<b>Fogasa</b>	0,2%
<b>TOTAL</b>	29,9%
<b>COSTE TOTAL</b>	193,93 euros / mes
<b>SUELDO PARA LA EMPRESA</b>	842,53 euros / mes
<b>Sueldo real al descontar las bonificaciones recibidas</b>	362,86 euros / mes

Fuente: elaboración propia

Cabe destacar que al sueldo bruto hay que descontarle el IRPF (Impuesto sobre la Renta de una Persona Física), pero en este caso, y con las circunstancias del empleado (sueldo anual no superior a los 10.000 euros y con un hijo), la retención es del 0%, según el servicio de cálculo del IRPF de la Agencia Tributaria, lo que implica que el sueldo neto se mantiene en 9.080 euros al año.

Por otro lado, este asalariado tiene como función la de diseñar las páginas del periódico porque, aunque después se traduzca a sistema braille, es necesario establecer unas pautas generales como puede ser la distancia de márgenes, la separación entre noticias, tipografía, etc. También ayudará a la periodista a la selección y distribución de noticias, predominando siempre la proximidad, el interés del colectivo y la repercusión de dicha temática.

Además, dispone de conocimientos de informática por lo que solucionará todos aquellos problemas o dudas que puedan surgir con el ordenador u impresoras, por ejemplo. Todo ello en un horario de tres días a la semana (lunes, miércoles y viernes) en horario de 16.00 horas a 20.00 horas.

### 3,2 Segundo contrato

La empresa también necesita a una periodista, función que será ejercida por la promotora de la empresa (Paula Monsonís) ya que posee los conocimientos y la experiencia necesarios para desarrollarla. Para formalizar su situación ante el Estado, se ha realizado un contrato indefinido del tipo ordinario. La empresa y la trabajadora cumplen con los requisitos de este convenio: hallarse al corriente de pago con Hacienda y Seguridad Social, mantener durante 36 meses el nivel del empleado y no haber extinguido en los seis meses anteriores a la firma, contratos de trabajo por causas objetivas o disciplinarias.

Este prototipo es el que más se adapta a dicha situación ya que, pese a que en otros modelos existen bonificaciones muy favorables para la empresa, la trabajadora no cumplía con las cláusulas (edad, estar inscrita en la Oficina de Empleo, percibir una cuantía del Estado, alguna discapacidad, entre otras cosas). Cabe destacar que en 2014 se estableció que en este tipo de contratos la aportación a la Seguridad Social por parte de la empresa sería de 100 euros

al mes para trabajos a jornada completa (como sería este caso) y 75 euros para la jornada parcial.

Sin embargo, Grupo Arena no se puede favorecer de esta tarifa porque, según el Real Decreto-ley 3/2014 de 28 de febrero, este beneficio está exento para “contrataciones que afecten al conyugue, ascendientes, descendientes y parientes hasta segundo grado inclusive del empresario o quienes tengan el control empresarial de las sociedades mercantiles”.

Esta periodista tiene diferentes funciones que realizar en la empresa. En primer lugar, es la encargada de buscar, investigar, contactar y redactar las noticias que conforman los diferentes bloques de Tal Cual. Deberá estar en contacto permanente con la ONCE (casi siempre será a través del departamento de prensa) para conseguir y escribir la información que conformará la sección institucional ONCE y con sus afiliados para que puedan contarle sus experiencias y llevar a cabo la sección de Realidad.

Continuando en la misma línea, la empleada buscará temas de actualidad y ver cómo puede repercutir directamente en este colectivo. Es decir, puede ser una noticia generalista, pero siempre enfocándola a estas personas con discapacidad visual. Para ello (como será tratado en los siguientes contratos), contará con la ayuda de cuatro colaboradores expertos en la materia.

También se ocupará de editar el área de Servicios para lo que será necesario estar en contacto con Ayuntamientos (por ejemplo) y el departamento de Animación Sociocultural de la ONCE. Sí es cierto que en este bloque le podrá ayudar el maquetador.

El trabajo es a tiempo completo – de 10.30 horas a 14.00 horas y de 16.30 horas a 21.00 horas – de lunes a viernes y el salario es de 1.500 euros brutos al mes, lo que supone 21.000 euros brutos anuales (14 pagas). Aunque, al restarle la aportación del IRPF que, dadas las condiciones, corresponde al 14% (sueldo mayor de 20.000 euros al año y sin hijos ni mayores de 65 años a su cargo), el salario neto es de 1.290 euros mensuales y 18.060 euros anuales.

La empresa tiene el siguiente gasto con este trabajador:

<b>APORTACIONES AL ESTADO</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>Seguridad Social</b>	23,6%
<b>Desempleo</b>	5,5%
<b>Formación profesional</b>	0,6%
<b>Fogasa</b>	0,2%
<b>TOTAL</b>	29,9%
<b>COSTE TOTAL</b>	435 euros / mes
<b>SUELDO PARA LA EMPRESA</b>	1.935 euros / mes

Fuente: elaboración propia

### 3.3 Tercer contrato -colaboraciones

Grupo Arena formulará tres contratos de colaboraciones, o lo que es lo mismo, tres contratos de obra o servicio determinado. Esto significa que el convenio, según la guía de contratos del Ministerio de Empleo, “tiene por objeto la realización de obras o servicios con autonomía y sustantividad propias dentro de la actividad de la empresa y cuya ejecución, aunque limitada en el tiempo, es en principio de duración incierta, no pudiendo tener una duración superior a tres años”. Esta opción es la más viable ya que solo se demandará el trabajo de los expertos de forma esporádica, motivo por el cual pueden compaginarlo con otro empleo.

Los tres contratos de colaboración se firmarán con un sociólogo, un educador y un jurista. Éstos serán los encargados de aportar su visión y su enfoque experto en las diferentes noticias. Es decir, si un tema trata sobre educación, la periodista se pondrá en contacto con el educador para que le ayude y explique más metódicamente cómo afectará este asunto a las personas discapacitadas visualmente. De la misma forma se realizará en el resto de ámbitos.

El precio por cada colaboración (pieza periodística tratada) –acordado entre ambas partes– es de ocho euros, con la intención de que cada semana se publique una noticia sobre cada sector, aunque entendiendo que la actualidad es la que manda en este producto.

En este tipo de contratos hay que tener en cuenta varios aspectos fiscales. En primer lugar, las colaboraciones para publicaciones impresas no están sujetas al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y, por otro lado, al tratarse de una retribución escasa, no pudiéndose calificar como un medio de vida, no se da la condición de trabajador autónomo, a efectos de su inclusión en la Seguridad Social. Por último, el empresario es el encargado de efectuar la retención del IRPF. Sin embargo, en este caso es del 0% ya que el salario no asciende hasta los 10.000 euros anuales.

Hay que tener en cuenta que todo trabajo literario, toda colaboración periodística, tiene el carácter de obra y por lo tanto está sujeta a derechos de propiedad intelectual que pertenecen al autor.

### 3.4 Servicio de consultoría

La empresa también requerirá el servicio de un gestor-contable para que se encargue de la parte administrativa de la compañía. Para ello, Grupo Arena contrata el servicio quincenal de la consultoría Axioma de Burriana (Castellón). Ésta ofrecerá su trabajo en horario de mañana (de 9.30 horas a 12.30 horas) y acudirá a las mismas instalaciones del periódico cada quince días, donde dispondrá de todo el material necesario para poder realizar su tarea correctamente.

El precio a pagar a la consultoría es de 100 euros al mes, tarifa establecida por el propio economista. Éste será el encargado de presentar el IRPF y la Seguridad Social pues Grupo Arena no le contrata como personal de su plantilla, sino que solo pide su servicio.

Además, se solicitará la ayuda experta del contable para la redacción de noticias que traten sobre dicho ámbito. Es decir, como ocurre con los contratos de colaboraciones comentados anteriormente, la periodista podrá consultarle dudas, opinión, etc. para redactar más exhaustivamente el texto. Esta otra prestación no tendrá un coste extra; está incluido en los 100 euros mensuales.

### 3.5 Servicio de una agencia de publicidad

La publicidad y la búsqueda de suscriptores es una parte esencial en el desarrollo y continuidad de esta empresa por lo que Grupo Arena contratará el servicio de un agente de publicidad. El coste de este trabajo será de 350 euros y el horario de trabajo de dicho publicista será independiente, es decir, no tiene un horario fijo sino que él se acoplará según su faena diaria. Cabe tener en cuenta que el sueldo no es elevado ya que este servicio no es el medio de vida del empleado, sino que se considera un complemento. Por ello, este también es un contrato denominado de servicio u obra.

La función concreta de este empleado es buscar y captar clientes en la provincia de Alicante para que se anuncien en las páginas de Tal Cual y gestionar las inscripciones tanto a instituciones como a particulares, por lo que estará continuamente en contacto con Ayuntamientos, bibliotecas y universidades de la Comunidad Valenciana así como a personas con discapacidad visual, a través del contacto de la ONCE, por ejemplo.

## 4, FORMA JURÍDICA

### 4.1 Justificación S.L.

Después de contrastar y analizar los distintos tipos de sociedades –con las ventajas y desventajas que ofrece cada una– se ha decidido formar una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.). Concretamente, el Grupo Arena se crea como Sociedad Limitada Unipersonal puesto que solo hay un único socio como fundador de la empresa.

Antes que nada cabe señalar la principal similitud entre las dos formas más extendidas en el mundo para la constitución de una empresa (Sociedad Limitada y Sociedad Anónima). Sin embargo, para tomar esta decisión se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

- **Actividad que se va a desarrollar:** la Sociedad Limitada permite ejecutar cualquier tipo de actividad en el mercado. Pese a que hay algunas funciones concretas que se reservan a las Sociedades Anónimas, este no es el caso.
- **Número de socios:** La sociedad Limitada es un tipo de constitución de carácter capitalista apropiada para empresas con pocos socios, como ocurre en esta situación ya que el número de socios es uno. La Sociedad Anónima se adapta mejor a las necesidades de las grandes empresas. Además, la S. L. permite a los socios controlar la entrada de nuevos participantes a la empresa gracias a los derechos preferenciales.
- **Administradores:** Permite nombrar a los administradores por plazos indefinidos, pudiéndoles incluso vincularlos con la condición de socios.
- **Capital inicial:** La aportación inicial necesaria es de 3.005,06 euros, cifra que será cubierta por la única socia (Dña. Paula Monsonís Chermá) y desembolsada íntegramente en el momento de su constitución. Sin embargo, la forma anónima exige un capital mínimo de 60.000 euros.
- **Aumento de capital:** En los aumentos de capital con cargo a reservas, no es necesario un informe por parte del auditor, así como no es necesario tampoco someter las cuentas a una verificación contable.

- **Responsabilidad:** Los socios no responderán con patrimonio personal a las deudas sociales. No obstante, en el ámbito tributario, tendrán responsabilidad solidaria los que sean causantes o colaboren activamente en la realización de una infracción tributaria extendiéndose su responsabilidad a la sanción impuesta por la agencia tributaria. A su vez, tendrán la consideración de responsables subsidiarios, según el artículo 43 del Real Decreto Legislativo 1/2010, los administradores de hecho o de derecho de las personas jurídicas que hubiesen consentido el incumplimiento por quienes de ellos dependan o hubiesen adoptado acuerdos que posibilitasen dichas infracciones.
- **Junta General:** El funcionamiento interno en las celebraciones de la junta general es más sencillo en la S. L. que la S. A. al no necesitar de la publicación oficial previa en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME).
- **Aportaciones:** En las aportaciones no económicas no son necesarios los informes del experto independiente en cuanto a su valoración, ni tampoco para aquellas operaciones de concentración y restauración empresarial.
- **Estatutos:** Mayor facilidad en cuanto a las modificaciones estatutarias.
- **Impuesto:** La constitución de una sociedad no tendrá que tributar por el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados en la modalidad de operaciones societarias tras la reforma del decreto ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.

#### 4.2. Capital inicial y fundador

La **única socia fundadora** es Dña. Paula Monsonís Chermá, con DNI 53379535P, y, por tanto, quien desembolsa el 100% del capital social en el momento de constituir la empresa. Así las cosas, es ella quien maneja el total de las participaciones en las que está repartida la compañía.

La empresa está dividida en 500 participaciones de 48,7925 euros de valor nominal cada una de ellas, numeradas de manera correlativa con los números



1 a 500. Dicho capital se halla totalmente suscrito y desembolsado mediante la aportación dineraria realizada por la socia fundadora a título de propiedad.

El capital inicial asciende a 24.396,27 euros. Del total, 10.000 euros corresponden a capital social y 14.396,27 euros a un préstamo por parte de la fundadora. De esta forma, Paula Monsonís asegura la recuperación de su inversión (aportada como préstamo) en caso de la entrada de nuevos socios o embargo, entre otras cosas. Este dinero se distribuye de la siguiente forma:

CONCEPTO	IMPORTE
Gastos constitución	238,41 euros
Mobiliario	1.120 euros
Adecuación oficina	560 euros
Edición y distribución de los ejemplares de tres semanas	19.560 euros
Inscripción agencia EFE	120 euros
Luz, agua y red del primer mes	100 euros
Servicio consultoría	100 euros
Salarios primer mes	2.597,86 euros
<b>TOTAL</b>	<b>24.396,27 euros</b>

Fuente: elaboración propia

#### 4.2. Constitución de la empresa

El primer paso para poner en marcha una empresa es solicitar la certificación negativa del nombre de la sociedad. Para ello, hemos acudido al registro mercantil, a través de vía telemática ([www.rmc.es](http://www.rmc.es)), en el que hemos introducido el nombre de Grupo Arena como primera opción, Arena MC como segunda y Arena PM ha sido la tercera. El gasto de este procedimiento es de 3.41 euros (IVA incluido) y la resolución será enviada por correo certificado.

Anexo 1: Simulación de la certificación.

Tras obtener el negativo certificado de denominación, el siguiente paso es la creación de una cuenta bancaria a nombre de la sociedad. La entidad elegida

es Banco Santander y la cantidad mínima a ingresar en dicha cuenta es de 3.005,06 euros de forma íntegra y previamente a su constitución, como marca la normativa de las Sociedades Limitada.

Una vez realizada la aportación del capital social, el banco entrega un certificado acreditativo del importe desembolsado, con la indicación de las personas que lo realizan y la cuantía (en este caso, Dña. Paula Monsonís deposita el total de esta cifra económica) para entregarlo posteriormente al notario. Este proceso no tiene ningún coste.

Antes de acudir al notario para realizar la escritura, se debe solicitar el número de identificación fiscal en la Agencia Tributaria. Este documento se corresponde al modelo 036. Dicho trámite también es gratuito ya que se ha elegido la opción telemática, puesto que comprar el impreso cuesta 2,30 euros.

Anexo 2: Documento para obtener la identificación fiscal.

Así las cosas, se procede a reunirse con el notario para firmar las escrituras de constitución (previamente se han redactado los estatutos). Este proceso tiene un coste del 1% del capital, lo que corresponde aproximadamente a 235 euros, abonándose al certificador.

Por último, es necesario presentar las escrituras en el Registro Mercantil, acompañada de una fotocopia del NIF y la certificación negativa del nombre. Con anterioridad, también había que aportar el Impuesto de Operaciones Societarias (Modelo 600), correspondiente al 1% del capital inicial, sin embargo, en la actualidad, a partir del Real Decreto-Ley 13/2010, la constitución de una sociedad limitada está exenta del pago de dicho impuesto.

De esta forma la empresa ya tiene un carácter jurídico. No obstante, es necesario llevar a cabo otros trámites para que la sociedad pueda ponerse en marcha. En este sentido, al tratarse de una Sociedad Limitada, Grupo Arena tiene que darse de alta en el sistema de Notificación Electrónica Obligatoria (NEO) a través de la Agencia Tributaria, requisito indispensable según lo previsto en la Orden ESS/484/2013, de 26 de marzo. Alta gratuita.

Además, también es obligatoria el alta en la Seguridad Social (Modelo TA 521), llevándose a cabo en la Tesorería general de la Seguridad. Trámite gratuito.

Cabe destacar que si una persona es socio único de una sociedad limitada y a la vez administradora única debe estar dada de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Sin embargo, hay varias excepciones como es este caso: cuando la participación del socio en el capital social sea igual o superior a la tercera parte del mismo. Por esta razón, este procedimiento no está contemplado para crear Grupo Arena.

Por su parte, hay que tener en cuenta que desde enero de 2003 están exentos del pago del Impuesto de Actividades Económicas (IAE), las personas físicas y las sociedades mercantiles que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros. Grupo Arena no maneja dichas cantidades por lo que no es necesario darse de alta en este impuesto.

## 5. PLAN COMERCIAL

### 5.1 Producto o servicio

#### Descripción

El producto que se quiere comercializar es Tal Cual, un periódico en braille, y por tanto, dirigido exclusivamente a personas con discapacidad visual. Este rotativo, editado y distribuido semanalmente los martes en toda la Comunidad Valenciana, ofrece contenidos divididos en cuatro secciones: ONCE (noticias y actividades acerca de dicha institución), Servicios (aquí se explicarán las películas o espectáculos que se proyecten u organicen en la Comunidad Valenciana y ofrezcan el sistema de autodescripción. También se incluirán reportajes sobre pueblos, lugares concretos, etc. que dispongan de todos los servicios para que una persona invidente pueda visitarlo sin problema o, del mismo modo, nombrar actividades, como excursiones, que se organicen).

Otra de las secciones será La Realidad (donde se publicarán testimonios de personas invidentes y que sean de interés, padres con niños con esta dificultad, etc.). Por último, se ofrecerán noticias de actualidad con una visión de cómo repercute este tema sobre las personas invidentes, tanto negativa como positivamente. En esta área se primará la proximidad de las temáticas.

En cuanto al aspecto físico, este rotativo tendrá un tamaño A4 y estará formado por 16 páginas en braille (incluyendo el índice), más la portada que será impresa en tinta. El total equivale a 7 páginas en tinta (sin contar la portada) puesto que, según las personas con discapacidad visual consultadas, es el tamaño idóneo para su comodidad. Las páginas estarán unidas con grapas.

En este tema cabe destacar que, el número de páginas no aumentará a excepción de un caso justificado. Por ello, la publicidad no podrá copar más del 20% de la publicación y no admitirá anuncios discriminatorios.

Por último, este periódico tiene tres vías de comercialización: En primer lugar, las suscripciones a particulares (192 euros al año), suscripciones a instituciones como ayuntamientos, bibliotecas y universidades (400 euros anuales) o la venta en quioscos (4,50 euros el ejemplar).

## Necesidades que pretende satisfacer

Tal Cual es una nueva vía de información que pretende abrir a las personas con discapacidad visual un tipo de información que no pueden encontrar en ningún otro espacio, satisfaciendo así la propia demanda de este colectivo. Además, también pretende conseguir la integración y normalización de las personas invidentes en la prensa de papel.

Este periódico también sirve como complemento para el aprendizaje de los niños con dicha discapacidad ya que es un espacio donde, a la vez que se informan, refuerzan el estudio del sistema braille de una forma más asequible que adquiriendo un libro, por ejemplo.

Por el contrario, es un método eficaz para las personas mayores, quienes tienen más dificultades para acceder a las nuevas tecnologías, como es internet. Con todo ello, pretende satisfacer necesidades en todas las personas, pero, sobre todo, satisfacer la demanda que solicitan: información útil para ayudarles en su día a día.

## Estudio de la competencia

Cierto es que existe competencia para este rotativo, sin embargo, no hay ningún producto en el mercado que ofrezca los mismos contenidos que Tal Cual y en su mismo formato. Esta afirmación se extrae tras analizar la competencia y dividirla en tres apartados:

→ Pueden tener mismo contenido pero diferente formato: En este capítulo se encuentra la televisión, la radio e Internet. La primera es un medio que permite a las personas con discapacidad visual estar informadas, pero sobre temáticas generalistas puesto que solo emiten hechos puntuales sobre este colectivo o sobre la asociación ONCE.

En segundo lugar, la radio también es competencia de este nuevo servicio porque es un medio que trabaja pensando que la gente solo le escucha. Por ello, es muy eficaz para este gremio. No obstante, tampoco se encuentran programas o magazines que traten noticias enfocadas a personas invidentes.

En cuanto a Internet, es un sistema que cada vez se va adaptando más a las necesidades de estas personas y, además, les permite navegar entre información exclusiva para ellos. Tanto es así que la ONCE tiene su propia web en la que se pueden encontrar noticias institucionales. También hay acceso a sus propios testimonios u opiniones. Por este motivo, sí tiene contenidos parecidos –que no iguales– pero no en el mismo formato.

→ Mismo formato pero diferente contenido: En esta sección hay que destacar la existencia de diferentes revistas impresas en braille aunque ninguna con los mismos contenidos que Tal Cual. Por parte de la propia ONCE, se distribuye Perfiles, en la que se publican noticias generalistas, Kiosko, donde se recogen las noticias más importantes de los medios generalistas, Deportes, con información extraída de los diarios deportivos, y Prometeo, revista que trata temáticas para jóvenes con esta discapacidad.

→ Mismo formato y contenido algo parecido: Las revistas más similares al producto de Grupo Arena S.L. son Así Somos, pero en la que únicamente se trata noticias institucionales de la ONCE, y Discapnet, que tiene como objetivo el análisis en materia de discapacidad desde distintas áreas. Esto significa que publican artículos sobre personas invidentes, pero no de forma exclusiva pues también se abarcan otras discapacidades. Con todo ello, no hay ninguna revista con sistema braille que compacte y reúna los contenidos citados de Tal Cual. Por ejemplo, no hay medios que ofrezcan testimonios o noticias de servicios.

## 5.2 Costes

<b>GASTOS VARIABLES</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>Impresión de cada ejemplar y distribución. Empresa PuntOdis</b>	3,25 euros (0,19 euros/ página)
<b>Gasto de colaboración en cada ejemplar (3 colaboradores)</b>	0,012 euros
<b>TOTAL</b>	3,26 euros
<b>Total: 1.500 ejemplares</b>	4.890 euros / semana

<b>GASTOS FIJOS MENSUALES</b>	<b>IMPORTE</b>
Luz, agua y red	100 euros (50+10+40)
Nóminas (1)	2.597,86 euros (362,86 +1935+300)
Agencia EFE	120 euros
Servicio Consultoría	100 euros
Material oficina	100 euros
Impuestos	101,45 euros (tasa de recogida de residuos urbanos)
<b>TOTAL</b>	<b>3.119,31 euros (779,82 euros a la semana)</b>

(1) Las nóminas de la periodista y el maquetador ascienden a 2.898, pero Grupo Arena se beneficia de diferentes bonificaciones por lo que esta partida de gastos se reduce a 2.297,86 euros.

### 5.3 Política comercial y de marketing

#### Fijación de los precios del producto

Para fijar el precio del periódico hay que conseguir un punto de equilibrio (PC) entre los costes fijos (CF) y variables que tiene la empresa y el número de ejemplares que vende, consiguiendo así obtener beneficios.

\* Precio establecido: 4.50 euros

\*MC: diferencia entre el precio de cada ejemplar menos los costes variables

$$PC = \frac{CF}{MC} \rightarrow \frac{3.119,31}{1,24} = 2.515 \text{ ejemplares / mes: } 629 \text{ ejemplares / sem.}$$

Una vez analizada la necesidad de vender 629 ejemplares a la semana para que sea un producto económicamente viable, el Grupo Arena estudia la situación en el caso de editar y distribuir 1.500 muestras con un precio de 4,50 euros cada una.

\*Venta de los 1.500 periódicos: 6.750 euros en ingresos

– 4.890 euros de gastos de impresión

---

1.860 euros a la semana

– 779,82 euros a la semana

---

1.080 euros de beneficios / semana

Con estas cifras, los beneficios son altos, pero el precio del periódico no puede reducirse porque hay que trabajar con un margen de error. Esto es así por sí, en algún caso no esperado, no se vendieran todos los ejemplares editados y distribuidos ya que, por ejemplo, en la situación de vender solo 1.000 rotativos los beneficios semanales serían negativos (pérdida de dinero).

Por otro lado, este periódico tiene la opción de suscripciones anuales para aquellos que lo soliciten, centrándose en Ayuntamientos, Universidades y Bibliotecas. Para estos abonos los precios son los siguientes:

- Instituciones o similares: 400 euros (aumenta el precio teniendo en cuenta que el ejemplar que reciban puede ser leído por más de una persona). Cabe destacar que los Ayuntamientos de grandes ciudades como son Valencia, Alicante y Castellón el coste aumenta hasta 700 euros ya que será más consultado.
- Particulares: 192 euros (cada periódico cuesta 4 euros)

El precio establecido es más alto que el de cualquier periódico. Sin embargo, no hay que entender a Tal Cual como un diario, sino más como una revista especializada que no se publica todos los días –con lo cual no es un gasto continuo– y que requiere un trabajo de profundización acerca de una temática o colectivo.

### Actividades o estrategias destinadas a incrementar la facturación

La principal estrategia que tiene Grupo Arena para asegurarse unos beneficios económicos es el hecho de, como ya he comentado anteriormente, intentar



llegar a acuerdos con instituciones para que se abonen anualmente a este rotativo. Una vez cumplido este objetivo, hay que intentar abrirse a otro sector como el de la hostelería. Es decir, intentar sumergirse en bares o cafeterías donde frecuenten personas invidentes. Además, una vez esté consolidado, la empresa Grupo Arena se planteará distribuir su producto a un territorio mayor para aumentar las ventas.

Otra de las actividades que llevará a cabo es una campaña publicitaria porque un producto, si no se conoce en el mercado, no es factible. Por ello, crearemos un perfil en diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) para interactuar con las personas e ir promocionándonos. Todo ello se empezará a hacer antes del lanzamiento del periódico porque es necesario que el primer ejemplar ya tenga clientes.

Además, solicitaremos a la ONCE (con la que ya hemos contactado a través de José Abellán, delegación en la Comunidad Valenciana) que nos nombre en su página y envíe un correo electrónico a todos sus afiliados para avisar de este servicio.

Por otro lado, se realizarán dos o tres promociones al año. Así, en fechas señaladas como puede ser Navidad o Semana Santa, con la compra de Tal Cual se regalará un detalle-regalo. La promoción puede aumentar las ventas ya que el obsequio puede ser un reclamo para mucha gente, incluso para aquellos que no sean *target*.

## 5.4 Presupuesto y evolución de ventas

### Estudio de mercado y sector donde se lleva a cabo la actividad

La crisis económica ha acechado al sector de la comunicación. Y es que, según la Encuesta de Población Activa (EPA), el último trimestre de 2014 cerró con 33.400 periodistas en paro, una cifra similar a la del resto de años desde que comenzara la coyuntura, en 2008. Además, aproximadamente 300 medios de comunicación han cerrado sus puertas. Aún así, Tal Cual nace en el mercado porque apuesta por el papel unido a la innovación, la originalidad, calidad, servicio y exclusividad.

Es cierto que este rotativo tiene competencia, tal como se ha analizado anteriormente, sin embargo, pese a que no tiene que luchar con otro producto similar en contenidos y formato, debe trabajar para posicionarse y conseguir fomentar la lectura de papel en las personas con discapacidad visual. Esto es complicado porque la gratuidad de acceso a la información en Internet es un gran enemigo. Por ello, hay que ofrecer algo periodísticamente diferente, solo de esta forma pagarán por el producto.

La plataforma tecnológica permite una actualización, interactividad y multimedialidad que es tarea imposible para el periódico tradicional. Aunque, sin olvidar, que el diario impreso tiene características que no tienen los medios de la red, como es el análisis exhaustivo o la dedicación del periodista a alguna temática.

Por otro lado, la impresión de braille tiene un coste elevado y bastante más alto que la tinta por lo que a Grupo Arena se le suma la dificultad de ofrecer un producto asequible. Aún con ello, gracias a Internet, los periódicos y revistas tienen posibilidad de nutrirse de las noticias de agencias, páginas webs, correos electrónicos o redes sociales, siempre y cuando las noticias estén contrastadas y sean informativamente válidas. Algo que permite ahorrar en personal ya que no es necesario tener una plantilla tan amplia porque la búsqueda de temas es más sencilla. Así, existe un equilibrio de gastos.

En cuanto al *target*, según los últimos datos de 2014 facilitados por la ONCE, en la Comunidad Valenciana existen 6.119 personas con discapacidad visual – entendidos también como afiliados y, por tanto, aunque sean consideradas excepciones, puede existir casos en los que personas con esta discapacidad no estén asociadas a dicha institución y la cifra podría aumentar–. Entre ellas, 2.536 corresponden a mayores de 65 años, lo que se traduce, en público directo pues ellos son los que más conocen el sistema braille ya que durante su adolescencia, juventud... la tecnología no estaba tan desarrollada con lo cual el sistema braille era una gran demanda. 320400

En concreto, 400 invidentes se encuentran entre 0 y 18 años por lo que también permite cumplir con otro de los objetivos de este proyecto: fomentar

este tipo de lectura, siempre además informándose, entre los más jóvenes de una forma más asequible que con la compra de un libro, por ejemplo.

### Proyección de la facturación en seis años

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVO INMOVILIZADO</b>						
<b>VENTAS (1)</b>						
Suscripciones anual de instituciones (2)	100	110	190	218	295	335
Suscripciones anual a particulares	160	190	250	295	320	346
Venta al número semanal (quioscos, cafeterías...)	1.240	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
<b>NÚMERO DE EJEMPLARES</b>	1.500	1.500	1.640	1.713	1.815	1.881
<b>STOCK</b>	105	105	105	70	70	50
<b>PRECIOS</b>						
Suscripción de instituciones	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €
Suscripción a particulares	192 €	192 €	192 €	192 €	192 €	192 €
Venta al número	4, 50 €	4, 50 €	4, 50 €	4, 50 €	4, 50€	4, 50€
<b>FINANCIACIÓN</b>						
Publicidad (anunciantes)	30	33	36	40	43	44
Ingresos por publicidad anuales (4)	4.500 €	4.950 €	5.400 €	6.000 €	6.450 €	6.600 €
Ayudas (administraciones)	1	1	1	1	1	1
Ingresos por ayudas públicas (5)	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>						
<b>GASTOS</b>						
Variables (impresión)	234.720 €/ año	234.720 €/ año	256.627,2 €/ año	268.050,2 €/ año	284.011,2 €/ año	294.338,8 €/ año
Fijos (3)	37.431,72 €/ año	43.187,76 €/ año	46.413,76 €/ año	43.187,76 €/ año	43.187,76 €/ año	43.187,76 €/ año
<b>GANANCIAS (6)</b>						
	50.228,2€	46.042,2€	64.879€	84.682€	104.771€	119.855€

Fuente: elaboración propia

**(1)** Así como las suscripciones tanto de instituciones como de particulares van aumentando al largo de los años gracias a la estabilidad y promoción de Tal Cual, la venta de los quioscos fluctúa en la misma línea. Esto se debe a que muchos lectores asiduos a los establecimientos de prensa poco a poco se van suscribiendo al noticiero, con lo cual, los nuevos clientes se consideran sustitutos, en el sentido de que ocupan el puesto que otros han dejado, garantizando así garantizan la estabilidad de las ventas.

**(2)** El número de suscripciones anuales por parte de las instituciones ha sido obtenido tras analizar los resultados de la encuesta realizada por Grupo Arena. Ésta ha preguntado a diferentes Ayuntamientos de la Comunidad Valenciana, bibliotecas y universidades si se suscribirían a este diario por una cuota de 400 euros mensuales y la mayoría de los lugares consultados han afirmado que sí, por lo que, de forma proporcional, se conseguirían las 100 suscripciones. Las respuestas han sido las siguientes:

<b>CASTELLÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consulta a 9 Ayuntamientos: 5 se suscribirían y el resto, 4, no han respondido.</li> <li>- Consulta a 11 bibliotecas: 10 se suscribirían y 1 no ha respondido.</li> </ul>
<b>VALENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Consulta a 14 Ayuntamientos: 7 de ellos se suscribirían y el resto no han respondido.</li> <li>- Consulta a 8 bibliotecas: 3 se suscribirían y las otras no han contestado a la solicitud.</li> <li>- Consulta a 1 universidad de Valencia: se suscribiría.</li> </ul>
<b>ALICANTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Consulta a 10 Ayuntamientos: 5 se suscribirían y los otros 5 no han respondido.</li> <li>-Consulta a 4 bibliotecas: todas se suscribirían.</li> <li>- Consulta a 1 universidad: sí</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

**(3)** El primer año los gastos fijos anuales son menores que en el resto de ejercicios porque Grupo Arena recibe bonificaciones del Gobierno por haber realizado un nuevo contrato.

Por otro lado, en el año 2018, los gastos fijos aumentan 3.226 euros porque Grupo Arena contrata el servicio de la empresa Stacep (Centro Europeo de Estadística Aplicada) para que realice un estudio de mercado a nivel nacional ya que la intención de Tal Cual es poder distribuirse en toda España. El estudio de mercado consta de aproximadamente de un cuestionario de 10 preguntas y dirigido a 800 personas (instituciones e invidentes) de todas las provincias de España.

**(4)** Los principales anunciantes de Tal Cual son ayuntamientos, restaurantes, teatros o cines. Aunque cada uno de ellos elegirá el tamaño del anuncio, y de ello variará el coste de la publicidad, se ha establecido una tarifa media, entendiendo que la mayoría elegirá un 2x3. Este es un tamaño estándar que permite acoger toda la información posible y concreta para dar a conocer un producto ya que, en este caso, el tamaño no influye en la recepción del lector.

El precio de este módulo es de 150 euros, un coste más bajo si se tiene en cuenta las tarifas consultadas de otros medios como El Mundo o Mediterráneo en los que, según las tarifas consultadas, ascendería a 280 euros aproximadamente. Pero hay que tener en cuenta que en Tal Cual no se requiere color, entre otros aspectos.

El coste no variará independientemente de la ubicación como ocurre en los rotativos con sistema de impresión de tinta ya que en ellos los anuncios de publicidad situados en la página impar tienen un coste superior (en muchas ocasiones el doble, como por ejemplo se puede ver en las tarifas consultadas del periódico El Mundo).

Esto se debe a que hay estudios que demuestran que al abrir un periódico, el foco de atención se centra en la página de la derecha, y por tanto, es más caro. Sin embargo, en Tal Cual los precios serán iguales ya que no se produce este fenómeno.

**(5)** La ayuda pública corresponde al Ayuntamiento de Castellón, quien ha informado a Grupo Arena que la subvención media será de 2.000 euros.

**(6)** Cabe destacar que las ganancias del primer año (2015) sirven para recuperar la inversión inicial de este proyecto.

## 6. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 6.1 Plan de inversión

CONCEPTO	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>						
Inscripción en el Registro Mercantil de Castellón	3,41 €	-	-	-	-	-
Notario	235 €	-	-	-	-	-
<b>MOBILIARIO <sup>(1)</sup></b>						
Impresora Multifunción Láser – Brother DCP 1612W	129 €	-	-	-	-	-
Dos ordenadores: LG Chromebase 22CV241-W. 21.5 pulgadas Full HD	898 € (449 euros cada uno)	-	-	-	-	-
Vajilla	20 €	-	-	-	-	-
Microondas	40 €	-	-	-	-	-
Material	-	33 €	-	-	-	-
<b>ADECUACIÓN OFICINA</b>						
Limpieza (6 horas)	60€	-	-	-	-	-
Electricista (inspección general)	50€	-	-	-	-	-
Informático. Empresa Metha	15€	15€	-	-	-	-
Cerrajero (cambiar dos cerraduras)	120€	-	-	-	-	-
Rótulo (empresa Rótulos Guerola)	300€ (150 euros del vinilo y 150 euros de la estructura)	-	-	-	-	-
<b>IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN <sup>(2)</sup></b>						
Total	-	6.520 €	6.520 €	6.520 €	-	-

<b>CONTRATOS-SUSCRIPCIONES</b>						
Agencia EFE	-	120 €	-	-	-	-
Red (telefonía más internet. Empresa ONO)	-	40€	-	-	-	-
Agua	-	10€	-	-	-	-
Luz	-	50€				
<b>SALARIOS <sup>(3)</sup></b>						
Periodista	-	-	-	-	-	1.935 €
Maquetador	-	-	-	-	-	362,86€
Gestor-contable	-	-	-	-	100 €	-
Publicista	-	-	-	-	300 €	-

Fuente: elaboración propia

**(1)** Grupo Arena S. L. ya dispone del mobiliario de oficina: mesas individuales, sillas de estudio, dos sillones y un sofá, mesa para la sala de juntas (con el número correspondiente de sillas), armarios, estanterías, percheros, nevera (para habilitar un espacio a modo de cocina), archivadores y papeleras. Por tanto, la inversión de este capítulo hace referencia a ordenadores, impresora multifunción, vajilla para la cocina-cafetería y material (bolígrafos, papel, lápices, grapadoras, clips, jabón de manos, papel higiénico...).

**(2)** Los 6.520 euros semanales que cuesta la impresión y distribución por toda la Comunidad Valenciana de Tal Cual se divide de la siguiente forma:

Impresión de cada periódico	3.25 euros
Gastos de las colaboraciones en cada periódico	0.012 euros
Total impresión de cada periódico	3.26 euros
1.500 ejemplares es la tirada.	6520 euros
Impresión total semanal	

(3) Cabe destacar que el sueldo del maquetador es mínimo ya que se han descontado las bonificaciones recibidas por el Gobierno.

→**LAS BARRERAS DE ENTRADA** en el mercado de la comunicación que tiene Tal Cual son mínimas ya que, en primer lugar, entre la competencia no se encuentra un producto con el mismo formato (periódico en papel y con sistema braille) que ofrezca los mismos contenidos. Aún con ello, la firma es consciente de que debe conseguir consolidarse en el mercado.

Por otro lado, no hay normativas que regulen la creación de nuevos periódicos privados. Es decir, como Grupo Arena S.L. es una empresa privada no se le puede prohibir su nacimiento solo porque hayan más noticieros para este público en la Comunidad Valencia. Esto ocurre en otros sectores laborales, como puede ser el sanitario ya que para hacer posible la apertura de una nueva una farmacia en una ciudad debe cumplir unos requisitos sobre el número de habitantes, el número de farmacias, distancia entre ellas, etc.

Además, tal y como asegura el profesor Enrique Dans, autor del libro *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*, “las barreras de entrada para la producción de contenido han bajado muchísimo. Antes, para crear un periódico debías ser una empresa especializada en prensa y tener una redacción enorme. Ahora en cambio, organizar una redacción es mucho más sencillo y cualquiera desde su casa puede tener una buena publicación”. Esta afirmación se aplica a la compañía pues, aunque es una oficina que dispone de los mínimos recursos, empleados, etc. la calidad de su publicación es buena.

También cabe destacar que las barreras de entrada pueden ser muy positivas en algunas situaciones. Hay que saber distinguirse en el mercado, generando valor e innovando, además de que es esencial ser eficiente en adquirir nuevos clientes y crear una marca relevante para sus destinatarios.



**6.2 Plan de financiación**

CONCEPTO - FINANCIACIÓN	CUANTÍA ECONÓMICA
<b>RECURSOS PROPIOS – PASIVO (1)</b>	
Capital social	10.000 euros
Inmueble	0 euros
Préstamo de la promotora	14.396,27 euros (cambiará con el nuevo gasto del publicista)
<b>RECURSOS EXTERNOS (2)</b>	
Subvenciones	2.000 euros
Publicidad	4.500 euros
<b>ACTIVO CIRCULANTE (3)</b>	
Suscripciones instituciones	40.000 euros
Suscripciones particulares	30.720 euros
Ventas al número	245.160 euros

Fuente: elaboración propia

**(1) Recursos propios:** Éstos hacen referencia a aquellos de los que ya dispone la empresa en el momento de su creación. Grupo Arena S. L. ya tiene el inmueble donde se establecerá la oficina para producir Tal Cual (avenida Villarreal bajo nº19, Castellón) y todo lo que ello conlleva (mobiliario: mesas, sillas, percheros, nevera, etc.).

Por otro lado, la compañía dispone de recursos propios económicos. Esto significa que puede depositar de forma inmediata el capital social, establecido en 10.000 euros. No obstante, la firma pide un préstamo de 14.396,27 euros a la promotora del proyecto: Dña. Paula Monsonís. Este crédito no es a fondo perdido por lo que Grupo Arena S. L deberá devolver dicha cuantía económica en el momento que sea posible.

Con estas dos situaciones económicas (capital social y préstamo) la empresa tiene la solvencia necesaria para poder constituirse y poner en marcha su producto.

**(2) Recursos externos (ayudas y publicidad):** Para garantizar también una continuidad, se han buscado diferentes vías de financiación tanto para el año de creación como para los siguientes cinco ejercicios. Destacan dos aspectos:

- Ayudas: Tal Cual recibe una ayuda municipal por parte del Ayuntamiento de Castellón de 2.000 euros anuales. En un primer momento, esta cantidad económica será la misma durante los siguientes años aunque, la empresa intentará optar a todas las becas posibles para aumentar la cuantía, además de buscar nuevas contribuciones municipales.

- Publicidad: En este apartado se establecen tanto los anunciantes como las ayudas municipales para poder financiar el proyecto a largo plazo. De esta forma, la publicidad aporta a la empresa 4.500 euros el primer año, 4.950 euros el segundo, 5.400 euros el tercer ejercicio, etc. Una aportación que va creciendo con el paso de los años al contratar más anunciantes. Dicho aumento se debe a que el periódico se va consolidando, por lo que es más conocido, y tiene más lectores.

Cabe recordar que ambas fuentes de financiación son una vía para recuperar parte del dinero invertido ya que no es necesario para la puesta en marcha de esta compañía porque la promotora del proyecto dispone de toda la liquidez.

**(3) Activo circulante (ventas):** Junto con las subvenciones y los ingresos de publicidad, las ventas también son un método de financiación que, a la vez que ayuda a recuperar la inversión, asegura la continuidad de la empresa. En concreto, la obtención de estos ingresos se divide en tres líneas:

- Suscripciones a instituciones: Ayuntamientos, Universidades y bibliotecas de toda la Comunidad Valenciana se suscriben a este periódico semanal por un coste de 400 euros anuales lo que supone unos ingresos al año de 40.000 euros.

- Suscripciones a particulares: Hacen referencia a aquellas personas discapacitadas visualmente que deciden recibir Tal Cual en su propio domicilio todas las semanas. El coste es de 192 euros anuales, ahorrándose así 0,50 céntimos por cada diario, y para la empresa supone una entrada de 30.720 euros.

- Ventas al número: Estas son aquellas que se distribuyen y se venden en los quioscos, papelerías, etc. con un precio de 4,50 euros. Se calcula que son unos 1.240 periódicos semanalmente. Sin embargo, para trabajar con un margen de error realista y poder combatir así imprevistos, Grupo Arena S. L. establece un stock de 105 ejemplares a la semana. De esta forma, los beneficios son de 245.160 euros, teniendo en cuenta que los que no se venden se devuelven a la empresa y no se recupera la inversión proporcional al número.

## 7. DAFO

El DAFO nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y así poder preparar a nuestra organización contra las posibles amenazas, teniendo conciencia de nuestras debilidades y fortalezas.



### **DEBILIDADES:**

- Elevada inversión: Para proceder al inicio de la explotación del negocio será necesario un gran desembolso que cubra todos los gastos iniciales (compra de material o gastos de constitución, entre otras cosas) así como los costes fijos del primer mes. Esto se debe a que Grupo Arena S. L. debe garantizar la continuidad de su servicio ya que los ingresos- beneficios no serán inmediatos.

- Poca publicidad: El hecho de que el periódico sea impreso en braille hace que el número de anunciantes no sea elevado pues no se puede publicitar cualquier negocio. De este modo, solo tienen cabida los anuncios de ayuntamientos, restaurantes, teatros, conciertos, etc. Es decir, compañías que no basan sus ventas en la necesidad de ver el producto como podría ser una tienda de ropa.
- Target reducido: Tal Cual se dirige a una parte muy concreta de la sociedad porque solo puede ser consumido por las personas con discapacidad visual. Éstas son un porcentaje pequeño en la Comunidad Valenciana por lo que el público es reducido.

### **AMENAZAS:**

- Crisis económica: La coyuntura económica ha provocado que la sociedad ya no consume tanto y, el sector de la comunicación, tampoco se ha librado de este descenso. Esto puede provocar que haya gente que no compre Tal Cual por motivos económicos.
- Desarrollo nuevas tecnologías: La tecnología es el principal problema al que se tienen que enfrentar los medios de comunicación, sobre todo, por su actualización constante y su gratuidad.
- Competidores: El periódico puede encontrar competencia tanto directa como indirecta. En este sentido, aparecen las revistas, principalmente desarrolladas por la propia ONCE para personas con discapacidad visual, y los medios tradicionales como puede ser la radio y la televisión, también consumida por las personas invidentes.

### **FORTALEZAS:**

- Exclusividad: No existe en el mercado ningún producto que sea tan exclusivo como Tal Cual por dos motivos: En primer lugar, se considera exclusivo porque va dirigido a un sector de la sociedad y, en segundo lugar, porque los temas que se tratan también son exclusivos sobre este colectivo con el objetivo de su integración y normalización. Esto marca la diferenciación.

- Conocimiento de la demanda: La compañía Grupo Arena S. L. conoce de primera mano la información que requieren estas personas con discapacidad visual ya que tiene contactos y amigos con esta deficiencia.
- Recursos propios: La promotora del proyecto dispone del dinero para poner en funcionamiento la empresa (depositado como capital social y como préstamo). Además, la firma también dispone del inmueble a coste cero.

### **OPORTUNIDADES:**

- Nuevo nicho de mercado: El cliente está dispuesto a desembolsar la cuantía económica que cuesta el periódico para poder leer una información que no puede encontrar en otro espacio. Por su parte, las instituciones también se muestran receptivas con este proyecto con el fin de integrar a estas personas.
- Producto basado en un nuevo concepto: Tal Cual es una mezcla entre rotativo y revista ya que se distribuye de forma semanal e incluye tanto noticias como reportajes (más típico de las revistas), buscando así calidad y diferenciación.
- Preocupación social: La normalización de este colectivo es una de las cosas por las que luchan y tienen en cuenta todos los Ayuntamientos de la Comunidad Valenciana. Así las cosas, algunos consistorios muestran su satisfacción con este proyecto y ofrecen tanto sus suscripciones como sus ayudas municipales.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

ABELLÁN MUÑOZ, JOSÉ. Responsable de la delegación territorial Comunidad Valenciana de la ONCE.

AGENCIA TRIBUTARIA. Actividades económicas. Obligaciones fiscales de empresarios y profesionales residentes en territorio español.

ASOCIACIÓN DE PRENSA DE MADRID (2013), “Informe de la Profesión Periodística 2013’: 11.151 empleos perdidos y 284 medios cerrados desde 2008”, <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2013-11151-empleos-perdidos-y-284-medios-cerrados-desde-2008>, consultado el 11 de marzo de 2015

BOE (2014). Real Decreto 1106/2014, de 26 de diciembre, por el que se fija el salario mínimo interprofesional para 2015

CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS. Ventajas e inconvenientes de la Sociedad de Responsabilidad Limitada

CRUZ MARTÍN, Mari Carmen (2012), “La crisis se ceba con los periodistas y reduce un 15% los puestos en medios de comunicación”, <http://www.rtve.es/noticias/20120430/crisis-dejado-ya-mas-6000-periodistas-paro/519182.shtml>, consultado el 11 de marzo de 2015

DANS, ENRIQUE (2010) “Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer”, 300

DISCAPNET (2015), “La Revista Española de Discapacidad (REDIS) invita a presentar propuestas de artículos para su próximo número”, <http://www.discapnet.es>, consultado el 4 de marzo de 2015

FUNDACIÓN RETINAPLUS+. Informe sobre la ceguera en España

HOYOS MILLER, JAIME (2013) “Cómo es el coste real de un trabajador para una empresa”, <http://finanzas-personales.practicopedia.lainformacion.com/sueldo/como-es-el-coste-real-de-un-trabajador-para-una-empresa-20064>, consultado el 19 de febrero de 2015

INFOAUTÓNOMOS (2014), “Introducción a las retenciones del IRPF de los trabajadores”, <http://www.infoautonomos.com/informacion-al-dia/gestion-empleados/calcular-retenciones-IRPF-nominas/>, consultado el 23 de febrero de 2015

JIMÉNEZ, Aurelio (2013) “¿Qué son y en qué se diferencian la Sociedad Anónima y la Sociedad Limitada?”, <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-y-en-que-se-diferencian-la-sociedad-anonima-y-la-sociedad-limitada>, consultado el 27 de enero de 2015

ONCE (2015). Organización Nacional de Ciegos Españoles, <http://www.once.es/new/sala-de-prensa/publicaciones-y-documentos>, consultado el 4 de marzo de 2015

PANDO, PABLO (2013) “Cuánto tiempo lleva crear una empresa y cuánto cuesta”, <http://www.pablopando.com/2013/02/10/cuanto-tiempo-lleva-crear-una-empresa-y-cuanto-cuesta/>, consultado el 9 de febrero de 2015

PERIODISTA DIGITAL (2014) “España: cerraron 73 medios de comunicación y 4.434 periodistas perdieron su trabajo en 2013”, <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2014/01/29/espana-cerraron-73-medios-de-comunicacion-y-4-434-periodistas-perdieron-su-trabajo-en-2013.shtml>, consultado el 11 de marzo de 2015

SEGURIDAD SOCIAL. Servicio de notificaciones telemáticas

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL. Guía de contratos actualizada. Marzo 2014.

UNIÓN DE PROFESIONALES Y TRABAJADORES AUTÓNOMOS. Manual Práctico de Autoempleo.

X SOENGAS PÉREZ, AI RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, N ABUÍN VENCES (2014) “La situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 104 a 124.



# TAL CUAL

**NEWSPAPER FOR BLIND PEOPLE**

**FINAL DEGREE PROJECT**

**AUTHOR: PAULA MONSONÍS CHERMÁ**

**ID: 53379535-P**

**SUPERVISOR: ANDREU CASERO RIPOLLÉS**

**JOURNALISM DEGREE**

**ACADEMIC YEAR: 2014 / 2015**



## 9. SUMMARY

The topic I have chosen for my final project of Journalism in Universitat Jaume is about a company's creation which will offer a new journalistic product, Tal Cual. So Grupo Arena S.L. will edit and distribute once a week (on Tuesday) a newspaper for people with visual disabilities.

For this reason, the business will use Braille system and it will offer four sections: news about ONCE (organization of blind people in Spain), interviews of people with this disability or some relative of theirs, information services (for instance, places to visit where there are areas adapted for them) and articles with current topics and how they can affect them.

This idea has raised because of the fact that there is a high demand of blind people. They claim a magazine which publishes service's news and information about their collective. As a result Then, Grupo Arena S. L. has different goals, as follows:

Firstly, it covers a claim of society, it looks for the integration of blind people and of course, it also looks for an economic return. With these proposals, the company is constituted as a limited society (S. L.) because the procedure is easier than anonymous (S.A.). Moreover, it needs less social capital (3.000 euros) and in case the company goes bankrupt the partner doesn't have any economic responsibility. Although the investment will be greater due to the need of the company to buy machines, pay the staff and ensure continuity of the newspaper during the first month until it obtains benefits. More or less, the starting bid is 25,000 euros.

But, before starting this activity, Paula Monsonís (the only developer) has to go to the companies registry office to enrol Grupo Arena S. L. and apply the tax identification number. Besides, the notary has to sign the deed and the article of association. When those steps are approved, the business must enrol in the Social Security, IVA (value added tax) and electronic notification (NEO).

The cost of this process and the social capital is disbursed by Paula Monsonís, as she is the only owner. But we must take into account that a part of this

money is paid as capital and another is a loan that she performs because the investment is not repayable.

In addition, she is the journalist who will write the news and carry out interviews. As a consequence, she will be in daily contact with ONCE, collectives, town halls, etc. But she won't be alone. Staffing will have a designer (to design pages and when it is necessary because the journalist has a lot of work, he will write the service's page. This part doesn't need an exhaustive wording how a person who has a degree in journalism can do), a publicist (to look for advertisers, mainly in Valencia and Alicante because Paula Monsonís can do it in Castellón) and a manager in part time (to control accounts twice a month. This is a service of Axioma consulting).

Each one of them has a contract according to their characteristics, timetable and job because the company has researched to receive the highest bonus possible and, in this way, to save money. Do not forget that the company has to pay 29, 9% more for the social security and taxes for each person.

In any case, thanks to their job, Tal Cual is going to publish 1.500 copies with 7 pages each newspaper in Braille (equivalent to 15 pages in ink) in the Valencian Community where there are about 6.000 blind people. The role of the newspaper will be thicker than normal paper, and news will be joined with staples because it is the best system, according to those people who will be the readers themselves.

Moreover, Grupo Arena S. L has set three pathways to send the newspaper. There are two types of inscriptions: subscriptions for institutions (town halls, libraries and universities) for 400 euros per year and subscriptions for particular person for 192 euros per year (this is a supply because in this way the person saves 0, 50 cents per copy). And if a person wants to buy it in a newsagent the price is 4, 50 euros.

The price is higher than general newspapers because Braille printing is also more expensive than others. Besides, if the cost was cheaper than the established and the company didn't sell all copies, his profits would be negative because we should know that some weeks can be stocker than expected.

However, the firm has already studied if those institutions would want to purchase Tal Cual and their answers are very positive. So, without doubt there will be costumers. For instance, it has consulted 9 towns halls in Castellón and 7 of them have told that they would subscribe and 10 libraries agree, of 11 which have also been asked by Grupo Arena. Actually, this is an attractive service because there are not similar newspaper in society. It's clear that blind people can consume others medias, such as television, radio or internet.

The problem is that the previously mentioned formats do not speak about these people. ONCE also publishes magazines in Braille such as Así Somos or Prometeo but no one does not edit similar contents like Tal Cual. These readers can find out topics about current news, ONCE's news or about sports but they do not have a product that covers all this in these magazines. For this reason, this newspaper is unusual though undoubtedly it has competence. Maybe the worst part is the economic crisis for all sectors and, mainly, for the communication area.

To be honest, Grupo Arena has analyzed the funding and the result is positive. So the firm receives money through three different ways. Firstly, sales generate money, above all, with the subscriptions because they are an assured income. Secondly, the advertising produces more or less 5,000 euros per year. Grupo Arena has calculated 30 advertisers and each other pays 150 euros per advertisement. This part will focus in restaurants, cinemas, shows... because it is not necessary that a person sees the photo to know if a place can be attractive.

The last line is the discount to the price applied to town halls. In this sense, Castellón will give 2,000 euros per year. In addition, the business will look for more subsidy next year. With the same goal, Grupo Arena will do strategies like promotions on the Internet, distribution in more places (for example, restaurants) and it can give a gift with it. It also has an idea to expand its market in Spain. To do that, the company will do a market research in which be invested 3,000 euros more or less although in that moment, the business will think if it want to do it itself.

On the other hand, this project includes an investment plan. In total, 25,000 euros are earmarked to different purposes: creation expenses, material and machines (two computers, a printer, paper, notebooks, bins...) remodelling of office (cleaning, electricity, locksmith and informatic service), salaries of the first month, connection and phone service, inscription to information agency and printing of three weeks. Salaries and printing are included because they are necessary to ensure continuity.

We should bear in mind that the company already has the local to work it's in avenue Villarreal nº 1, Castellón, so we don't have to rent an office and neither we have to buy furniture (chairs, tables, fridge, racks, shelves...). The rest of expenses are similar like the initial costs although the economic amount is less. Then, the firm will have to pay different services, the print (this is the highest cost because it amounts to 4,890 euros per week) and salaries each month.

In summary, this academic work has realised a DAFO which describes the weaknesses, threats, strengths and opportunities of the product and the company. This part is necessary because Grupo Arena must know what things should be improved and corrected and what things should take advantage. As for weaknesses are high initial investment, little publicity and small audience and about threats, the company has established the economic crisis, development of new technologies and competition.

On the contrary, strengths are exclusivity own resources and knowledge of demand and the business has direct contact with blind people. Finally, of the opportunities, the company is fortunate because its product is based on a new concept, a new niche in the market and there is a social concern so institutions will collaborate with the subscription and some of the with aid.

Then, as brief conclusions, we can say it is an economically viable project because the society has interest in it so they would pay for this product although the its price is higher than others newspapers or Internet which is a free system. In addition, it would be real due to own resources which the company has and the interest of its promoter because the enthusiasm and desire to put a project into operation is essential.

# ANEXO



UNIVERSITAT  
JAUME I

**ANEXO 1: SIMULACIÓN CERTIFICACIÓN NEGATIVA DEL NOMBRE**

REGISTRO MERCANTIL CENTRAL  
SECCION DE DENOMINACIONES

PRINCIPE DE VERGARA, 9  
TELÉF. 96 463 12 52  
12006 CASTELLON

**CERTIFICACION NO. 03005857**

**DON MIGUEL ANGEL GALLARDO ORTIZ** , Registrador Mercantil Central ,  
en base a lo interesado por:  
D/Da. Paula Monsonís Chermá  
en solicitud presentada con fecha 9-FEB-2015 y numero de entrada 03005879,

**CERTIFICO:** Que **NO FIGURA** registrada la denominacion

**### GRUPO**  
**### ARENAL** , S.L. **###**

En consecuencia, **QUEDA RESERVADA DICHA DENOMINACION** a valor del citado interesado, por el plazo de quince meses a contar desde esta fecha, conforme a lo establecido en el articulo 412.1 del reglamento del Registro Mercantil.

CASTELLON, a 9 de FEB de Dos Mil15 .

EL REGISTRADOR,  
  


NOTA.- Esta certificacion tendra una vigencia, a efectos de otorgamiento de escritura, de **DOS MESES** contados desde la fecha de su expedicion, de conformidad a lo establecido en el art. 414.1 del Reglamento del Registro Mercantil.



**ANEXO 2: DOCUMENTO PARA OBTENER LA IDENTIFICACIÓN FISCAL****Agencia Tributaria**Teléfono: 901 33 55 33  
www.agenciatributaria.es**DECLARACIÓN CENSAL**de alta, modificación y baja en el Censo de  
Empresarios, Profesionales y Retenedores

Pág. 1

Modelo

**036****Datos Identificativos**

Espacio reservado para la etiqueta identificativa.

101

N.I.F.

102

Apellidos y nombre o razón o denominación social

Espacio reservado para numeración por código de barras

**1. CAUSAS DE PRESENTACIÓN****A) Alta**

- 110  Solicitud de Número de Identificación Fiscal (N.I.F.)
- 111  Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores

**B) Modificación**

- 120  Solicitud de N.I.F. definitivo, disponiendo de N.I.F. provisional.
- 121  Solicitud de nueva tarjeta acreditativa del N.I.F.
- 122  Modificación domicilio fiscal. (páginas 2A, 2B y 2C)
- 123  Modificación domicilio social o de gestión administrativa. (páginas 2A y 2B)
- 124  Modificación domicilio a efectos de notificaciones. (páginas 2A, 2B y 2C)
- 125  Modificación otros datos identificativos. (páginas 2A, 2B y 2C)
- 126  Modificación datos representantes. (página 3)
- 127  Modificación datos relativos a actividades económicas y locales. (página 4)
- 128  Modificación de la condición de Gran Empresa o Admón. Pública de presupuesto superior a 6.000.000 de euros. (página 5)
- 129  Solicitud de alta/baja en el registro de exportadores y otros operadores económicos. (página 5)
- 130  Solicitud de alta/baja en el registro de operadores intracomunitarios. (página 5)
- 131  Modificación datos relativos al Impuesto sobre el Valor Añadido. (página 5)
- 132  Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. (página 6)
- 133  Modificación datos relativos al Impuesto sobre Sociedades. (página 6)
- 134  Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de no Residentes correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español. (página 6)
- 135  Opción/renuncia por el Régimen fiscal especial del Título II de la Ley 49/2002. (página 6)
- 136  Modificación datos relativos a retenciones e ingresos a cuenta. (página 7)
- 137  Modificación datos relativos a otros impuestos. (página 7)
- 138  Modificación datos relativos a regímenes especiales del comercio intracomunitario. (página 7)
- 139  Modificación datos relativos a la relación de socios, miembros o partícipes. (página 8)
- 140  Dejar de ejercer todas las actividades empresariales y/o profesionales (personas jurídicas y entidades, sin disolución. Entidades inactivas).

Fecha efectiva del cese

141 / / **C) Baja**

- 150  Baja en el censo de empresarios, profesionales y retenedores.
- 151 Causa
- Fecha efectiva de la baja
- 152 / /

**Lugar, fecha y firma**

Lugar

Fecha

Firma en calidad de

Firma

Firmado D./Dª.: