



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Universitat Jaume I

PE 0932 - Trabajo Fin de Grado

Línea B: creación de una empresa periodística.



Alumna: Abril Abargues Orts
DNI: 20925643J
Tutora: María Teresa Latorre
Grado en Periodismo
Curso 2019/2020

Índice

1. Justificación del proyecto	3
a. Descripción del proyecto	3
b. Orígen de la idea de negocio	5
c. Presentación del equipo	7
2. Estructura legal de la empresa	8
a. Forma jurídica	8
b. Inversión inicial	9
c. Trámites administrativos	9
3. Recursos humanos	11
a. Organigrama de la empresa	11
b. Asignación de tareas y actividades	12
4. Régimen contractual	14
a. Tipos de contratos	14
b. Costes laborales	15
c. Trámites contratación del personal	21
5. Plan comercial	23
a. Producto y servicio	23
i. Descripción del producto y del servicio	23
ii. Descripción del público objetivo	23
iii. Necesidades que pretende satisfacer	24
iiii. Estudio de la competencia	25
b. Análisis de costes	27
c. Presupuesto y evolución de las ventas	31
i. Estudio del mercado y sector	31
ii. Proyección de la facturación a 5 años	34
d. Política comercial y de marketing	38
i. Fijación de los precios del producto	38
ii. Estrategias destinadas a incrementar el volumen de facturación	40
6. Plan económico y financiero	41
a. Plan de inversión	41

NOVA CULTURA

i. Barreras de entrada al mercado	42
ii. Compra de equipamientos	42
b. Plan de financiación	42
i. Recursos propios	42
ii. Recursos ajenos	43
7. DAFO	43
8. Webgrafía	46
9. Anexos	48
Resumen ejecutivo	48
Documentos	54

1. Justificación del proyecto

a. Descripción del proyecto

NOVA CULTURA es una empresa periodística especializada en la elaboración y difusión de contenidos culturales vinculados a la comarca de El Baix Maestrat y su capital, Vinaròs. Se trata de un proyecto empresarial integrado por una revista digital de calidad, especializada en periodismo cultural de servicios con una mirada glocal, y una agencia comarcal de noticias culturales. Se compilan así dos modelos de negocio, ambos periodísticos, que permiten aprovechar sinergias en el territorio del periodismo local.

Esta idea de negocio surge a raíz de la preocupación por la falta de oferta cultural de interés para el público más joven en la ciudad de Vinaròs. Se trata de combinar el periodismo de servicios, aquél que trata de ser útil para el lector, con una mirada abierta a nuevas temáticas y oportunidades. El valor diferencial de *NOVA CULTURA* reside en:

- Aborda la información local desde una perspectiva bidireccional, es decir, informa a un público general sobre la actualidad cultural de la comarca a través de la agencia de noticias a la vez que acerca al público de Vinaròs toda la realidad cultural global.
- Se trata de un periodismo de servicios adaptado al ámbito local, pero desde una mirada glocal.

NOVA CULTURA no únicamente se dedica a la elaboración de piezas culturales de ámbito local, sino que aprovecha la escasez de oferta cultural de Vinaròs para aproximar una cultura variada y cosmopolita a los más jóvenes. Por ello, las piezas están pensadas y elaboradas por jóvenes profesionales del periodismo, los cuales tienen los mismos intereses e inquietudes que nuestro público objetivo. Además,

existe un elevado nivel de interacción con nuestros lectores a través de redes sociales.

El público objetivo de *NOVA CULTURA* es, por lo tanto, la juventud vinarocense y todas aquellas personas con inquietudes culturales diversas que pretenden encontrar una mirada glocal en nuestro medio. Nuestro público objetivo también incluye a los medios de comunicación locales, provinciales y autonómicos interesados en ofrecer nuestros contenidos en sus secciones dedicadas a aspectos culturales.

Esta segmentación del público se debe a que *NOVA CULTURA* se centra en dos líneas de negocio:

La revista digital:

Es un medio digital de servicios especializado en cultura. Se centra en la elaboración y difusión de noticias, artículos y reportajes relacionados con temas culturales, sin perder la pretensión de ser útiles para el lector. Conseguir que el lector consiga satisfacer sus carencias culturales a través de nuestros consejos es otro de nuestros principales objetivos. La combinación de la ambición por crecer y de la cercanía es nuestra máxima. El público objetivo de esta línea de negocio es, por lo tanto, aquella persona con inquietudes culturales que ve insatisfechas sus necesidades culturales con la información que recibe desde los medios tradicionales.

Ambas líneas de negocio se complementan entre sí, aunque cada una tendrá un objeto y una objetivo empresarial diferente. En la línea de negocio relativa al servicio, referido a la agencia de noticias, el objeto será la prestación de servicios

NOVA CULTURA

informativos a otros medios de comunicación. El objetivo de la prestación de este servicio será la obtención de beneficios, convirtiéndose así en la actividad que nos asegure ingresos para poder crear piezas periodísticas sin depender únicamente de publicidad o ayudas públicas. En la línea de negocio relativa al producto, que se refiere a la revista digital, el objeto será la oferta de piezas culturales útiles y de calidad a nuestros lectores.

La agencia de noticias:

Debido a la inexistencia de agencias de noticias comarcales especializadas en cultura, hemos detectado un hueco de negocio que pretendemos explotar. Ofrecer piezas culturales especializadas y de calidad de ámbito comarcal a medios generalistas o especializados de ámbito provincial, autonómico o nacional es nuestro objetivo. Nuestro público objetivo es, por lo tanto, toda publicación generalista que precise una cobertura cultural de la información de las comarcas del norte de Castellón y todos aquellos medios especializados que necesiten contenidos culturales diferenciados de los que ofrecen las agencias de noticias generalistas.

b. Origen de la idea de negocio

NOVA CULTURA surge a raíz de la preocupación de la autora de este proyecto por la falta de acceso a la cultura de calidad de interés juvenil en la localidad en la que reside, Vinaròs.

Con la popularización de Internet han aparecido multitud de nuevos medios de comunicación, tanto locales como autonómicos, que tratan temas culturales referidos a la ciudad de Vinaròs. Muchos de ellos tratan el ámbito local, pero o bien adolecen de los problemas derivados de la escasez de oferta cultural de interés

juvenil o bien son demasiado tradicionales y generales y, por lo tanto, alejados de los intereses de los jóvenes.

Este exceso de información tradicional relativa a la cultura de Vinaròs ha hecho que los jóvenes vinarocenses opten por desentenderse de la cultura. Este factor, sumado a la escasez de oferta cultural en la propia ciudad, ha conllevado que los jóvenes necesiten una alternativa localista que les proporcione la respuesta a sus inquietudes.

Por ello, surge *NOVA CULTURA*. Pretendemos acercar a la juventud a todas aquellas actividades a las que les gustaría tener acceso y que, por vivir en una ciudad pequeña, tienen dificultades para acceder. *NOVA CULTURA* se dedicará a ofrecer alternativas a los jóvenes vinarocenses con inquietudes culturales. Nuestra empresa propondrá maneras distintas de acceder, por ejemplo, a los últimos estrenos de cine en una localidad que no cuenta con salas de cine. ¿Cómo? Ofreciendo vías de acceso diferentes, como plataformas o guías, que informan de cuáles son los cines cercanos que emiten películas de estreno. Además, se ofrecerá al lector un *planning*, que incluye desde el transporte más adecuado para acceder a las salas de cine hasta dónde cenar.

En definitiva, se trata de situarnos entre lo tradicional y lo más innovador, entre lo local y lo cosmopolita. No pretendemos acercar a los jóvenes vinarocenses a una cultura a la que no puedan tener acceso, sino aproximarlos a las opciones que tengan a su alcance.

Por otro lado, la idea de buscar otra línea de negocio complementaria a la revista digital aparece como una forma de maximizar la rentabilidad del proyecto. Por este motivo, surge la agencia de noticias culturales. Además, la falta de agencias de

noticias locales o comarcales especializadas en cultura ha despertado nuestro interés en cubrir este hueco de negocio. Es cierto que existen agencias de noticias generalistas que tratan temas culturales, sin embargo, estas optan por cubrir acontecimientos sucedidos en la capital de provincia, que en este caso es Castelló de la Plana. Por ello, quedan excluidos los contenidos locales, priorizando aquellos contenidos que afectan a localidades con mayor número de habitantes.

c. Presentación del equipo

El equipo de trabajo de esta empresa está compuesto por una única socia, la promotora del proyecto. Su formación en periodismo le capacita para desarrollar las distintas actividades necesarias para el desarrollo del proyecto, así como para la elaboración de contenido atractivo para el público objetivo.

De igual manera, sabe manejar las redes sociales y programas como *Wordpress* o *Premiere Pro*, lo que garantiza el correcto funcionamiento de la web de *NOVA CULTURA*, al mismo tiempo que le permitirá crear piezas audiovisuales atractivas tanto para la revista digital como para ejercer la función de agencia de noticias y vender las piezas a otros medios.

Su interés por la cultura local en todas sus vertientes la ha impulsado a la creación de este proyecto. Dicha afición, sumada a haber cursado la asignatura “Periodismo Cultural” le ha permitido conocer las pautas de redacción, así como elaborar una agenda de contactos, lo cual puede resultar muy beneficioso cuando se precise de fuentes personales.

Por mencionados motivos, la promotora del proyecto está perfectamente capacitada para la puesta en marcha del mismo.

2. Estructura legal de la empresa

NOVA CULTURA es un proyecto diseñado para llevar a cabo una evolución continúa a largo plazo. Por ello, se ha diseñado para empezar con una estructura sencilla, con la promotora como única trabajadora, con la pretensión de crecer y ampliar la plantilla de trabajo. Toda la estructura gira en torno a dicha idea.

a. Forma jurídica

La correcta elección de la forma jurídica de la empresa es de vital importancia, ya que de ello dependerá la complejidad de los trámites de su puesta en marcha, así como su posterior gestión. Tras consultar el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se ha decidido constituir a *NOVA CULTURA* como Empresario Individual (Autónomo).

Se considera una forma empresarial idónea para empresas de reducido tamaño y para aquellos negocios que, en sus primeras fases, están gestionados por una sola persona. Además, existe la posibilidad de pasar a ser una Sociedad Limitada si el negocio se consolida y crece. También es la manera más rápida, sencilla y económica de dar de alta un negocio, dado que no es necesario un proceso previo de constitución. También es la forma que requiere menos gestiones y trámites legales, lo que también abarata los costes de asesoramiento, tanto durante la creación de la empresa como cuando ya está funcionando.

Es cierto que no existe diferencia entre el patrimonio empresarial y el personal, respondiendo con sus bienes presentes y futuros ante las deudas con terceros. Además, si los beneficios son muy elevados, se pagarán más impuestos que con una sociedad. Sin embargo, dado que se trata de una empresa de nueva creación

NOVA CULTURA

con un volumen de facturación bajo, consideramos igualmente esta forma jurídica como la mejor opción para esta primera fase.

b. Inversión inicial

Consideramos que, tal como se ha planteado este negocio, no es necesario desembolsar una gran cantidad de dinero en el momento en el que se inicia la actividad, dado que los gastos fijos de cada mes son bajos. Esto se debe a que *NOVA CULTURA* ha optado por el renting del diseño web, de los equipos informáticos y de una cámara de vídeo profesional. Asimismo, se ha decantado por el alquiler de un espacio de trabajo en el VINALAB.

Sin embargo, la socia fundadora dispone de 3.000 euros, los cuales podrán ponerse a disposición de la empresa para hacer frente a los gastos fijos durante el primer semestre, en caso de no recibir suficientes ingresos.

c. Trámites administrativos

A continuación se presentan los trámites detallados en el *Portal PYME del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*, todos ellos necesarios para la puesta en marcha de *NOVA CULTURA*:

TRÁMITES GENERALES	DESCRIPCIÓN	ORGANISMO
Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores	Declaración censal de comienzo de la actividad que han de presentar los empresarios individuales,	Agencia Tributaria (AEAT)

NOVA CULTURA

	los profesionales y las sociedades. <i>Epígrafe 476.2 (edición periódicos y revistas)</i>	
Impuesto sobre actividades económicas	Tributo derivado del ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas	Agencia Tributaria (AEAT)
Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	Régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los empresarios individuales.	Tesorería General de la Seguridad Social
Obtención del certificado electrónico	Tiene como misión validar y certificar que una firma electrónica se corresponde, en este caso, con una persona física.	Autoridades de certificación

Fuente: elaboración propia según datos del Portal PYME

Seguidamente, se presentan los trámites necesarios para acceder al espacio de *coworking*:

TRÁMITES COWORKING	DESCRIPCIÓN	ORGANISMO
Solicitud plaza incubación	Documento de autorización para incubación en el C.C Vinalab	Ayuntamiento de Vinaròs

Fuente: Elaboración propia

3. Recursos humanos

a. Organigrama de la empresa

El objetivo de *NOVA CULTURA* es conseguir una estructura consolidada. Sin embargo, atendiendo al plan de desarrollo, se ha establecido un organigrama dividido en tres fases:

Durante la primera fase, que corresponde a los tres primeros años, la empresa contará con una única trabajadora. Será la creadora de la empresa quien se dedique durante la fase de desarrollo a la puesta en marcha de las dos líneas de negocio que aúna la empresa. Sin embargo, si se considera necesario, se contará con la ayuda puntual de colaboradores externos especializados.

En la segunda fase, que hace referencia al período de expansión de la empresa, se producirá un aumento del número de trabajadores en plantilla. Durante este período se contará con la ayuda de un nuevo redactor/a y de un comercial.

En la tercera fase, se contratará a un nuevo redactor/a y, si se considera necesario y la situación económico-financiera de la empresa lo permite, también se contratará a un profesional de la fotografía. En tal caso, la estructura de la empresa estaría planteada tal y como se detalla en el organigrama que se muestra a continuación:



Fuente: elaboración propia

b. Asignación de tareas y actividades

A continuación, se presentan las tareas que realizará cada profesional atendiendo a las diferentes fases que atravesará *NOVA CULTURA*:

Durante la primera fase, que corresponde a los tres primeros años de implantación, la creadora de la empresa será la única trabajadora de la misma. Dado de se trata de un proyecto joven, cuya promotora conoce las diferentes áreas en las que opera la empresa, ésta asumirá todas las funciones derivadas del correcto funcionamiento de la misma en sus dos líneas de negocio.

- EDITORA

Desarrollará tareas tales como la maquetación de los contenidos, la selección de la información, la relación con los medios locales, provinciales y autonómicos, así

como la gestión de la publicidad de la web de la revista. También llevará a cabo las tareas administrativas y contables, si bien precisará del servicio de asesoramiento fiscal para la tramitación de los impuestos. Recaen en ella las tareas propias de la creación de contenidos culturales de calidad, así como la cobertura de los actos culturales en los diferentes municipios de la comarca y la gestión de las redes sociales. Dichas tareas se prolongarán durante las tres fases.

Cabe mencionar que, como sucede con cualquier empresa, nuestro incentivo es crecer. Por lo tanto, durante la segunda fase, que se inicia en el cuarto año y tiene una duración de tres años, ampliaremos la plantilla de trabajo. En dicha plantilla se incluiría un redactor y un comercial, que desarrollarán las siguientes funciones:

- REDACCIÓN

Se encargaría de la creación de los contenidos, tanto para las piezas que se venderán a otros medios como de las que se publicarán en la web de la revista. Además, también se encargaría de la gestión de fuentes, así como de la maquetación de los contenidos. Cabe mencionar que, si la situación económica de la empresa lo permite, durante la tercera fase se contratará a otro redactor, el cual realizará las mismas funciones detalladas anteriormente.

- ÁREA COMERCIAL

En esta fase se impulsará el crecimiento de la empresa y se explotará al máximo sus posibilidades de negocio. Por ello, se incorporará a la plantilla a un comercial autónomo, el cual se centrará en la cesión de los espacios publicitarios de la revista y en la venta de piezas periodísticas a los medios.

En una tercera fase, que corresponde a la fase de estabilización, nuestro objetivo es contar con un profesional de la fotografía y de la edición de vídeos, el cual se encargará de:

- **ÁREA AUDIOVISUAL**

Entre las tareas del profesional de la fotografía y del vídeo destacaría la cobertura visual de los actos culturales, la elaboración de reportajes audiovisuales, así como la grabación de brutos o entrevistas. De este modo, a la vez que se dotaría de dinamicidad a la revista digital, se añadiría un valor añadido a las piezas elaboradas por la agencia de noticias.

A efectos informativos, en el siguiente apartado se ha procedido a realizar un estudio sobre los trámites y costes laborales que implicaría la contratación de los trabajadores durante la segunda fase. Dicho estudio se ha realizado en base al Convenio Colectivo en vigor y a la actual normativa laboral.

Otro factor que se ha tenido en cuenta es el impacto que el Covid-19 podría ejercer sobre *NOVA CULTURA*, retrasando así la expansión del negocio.

4. Régimen contractual

a. Tipos de contratos

Tras consultar la *Guía de Contratos del Servicio Público de Empleo Estatal*, se ha decidido que, en el caso de ampliar el número de trabajadores en plantilla, todos ellos estarán contratados indefinidamente, a pesar de que no exista ningún tipo de bonificación relativa a este tipo de contrato.

Este tipo de contrato se conviene sin establecer límites de tiempo en cuanto a la duración del mismo y permite escoger entre contratación a jornada completa o parcial.

Se ha desestimado otro tipo de contratos como el eventual, ya que los trabajadores no realizarán una actividad temporal. Como la contratación no se debe a un incremento temporal del volumen de trabajo, dicha actividad ha de ser cubierta por la plantilla fija de la empresa, según el *artículo 15.1.b del Real Decreto Legislativo 2/2015 del Estatuto de los Trabajadores*.

Los contratos mencionados anteriormente se refieren exclusivamente a los empleados en el área de redacción y de fotografía, ya que, respecto al departamento comercial, se optará por la formalización de un contrato con un comercial autónomo, que será retribuido mediante un porcentaje del 15% respecto al incremento de la facturación que se produzca por su labor. De esta forma, se intenta conseguir una mayor implicación del comercial en la expansión de la empresa.

Respecto al redactor, éste realizará sus funciones durante 20 horas semanales en el cuarto ejercicio y 30 horas semanales en el quinto.

b. Costes laborales

Podemos definir los costes laborales como toda cantidad percibida por el trabajador por el desempeño de su trabajo o por los períodos de descanso obligatorios computables como trabajo.

Se incluyen las siguientes retribuciones dinerarias o en especie:

- Salario base.
- Complementos.

NOVA CULTURA

- Horas extraordinarias (o complementarias en el caso de contratos a tiempo parcial).
- Otras percepciones no salariales: gastos de locomoción y dietas, plus de distancia, etc...

A estos costes laborales habría que añadir las cotizaciones a la Seguridad Social por parte de la empresa.

En el presente proyecto, todos los costes laborales están calculados según la categoría a la que pertenecen los profesionales que se han descrito en el apartado 2.a. y en función de los trabajadores contratados en cada ejercicio.

Dado que *NOVA CULTURA* es una empresa de nueva creación, con el fin de optimizar costes, se estipula que el salario a percibir por los trabajadores durante los años que comprende este proyecto, será el salario mínimo fijado en el *Convenio Colectivo de la Prensa Diaria 2019*.

El salario base del trabajador depende del grupo profesional al que pertenece, lo cual se establece dependiendo de las funciones básicas más representativas que estos desarrollen. De este modo, en función del puesto de trabajo que desarrollan, serán adscritos a un grupo profesional de los establecidos en el *artículo 35 del Convenio Colectivo Estatal de la Prensa Diaria*. Del grupo al que pertenezcan depende su posición en el esquema organizativo y retributivo. A continuación, se presenta la tabla referente al salario mínimo del sector de la prensa:

Grupos	Años		
	2019 – Euros	2020 – Euros	2021 – Euros
1	26.882,37	27.420,01	27.968,41
2	23.672,61	24.146,06	24.628,98
3	20.841,53	21.258,36	21.683,53
4	18.168,84	18.532,22	18.902,86
5	15.345,59	15.652,51	15.965,56
6	13.232,49	13.497,14	13.767,08

Fuente: BOE (Convenio Colectivo Estatal del Sector de Prensa Diaria Art.35.5)

Al salario base se le sumará, en caso de realizarse, las horas extras y el plus de trabajo dominical por domingo trabajado. A continuación, se muestran las tablas referentes a cada supuesto y en relación al grupo al que pertenece cada trabajador:

Grupos profesionales	Plus de trabajo dominical por domingo trabajado		
	2019 – Euros	2020 – Euros	2021 – Euros
1	80,85	82,46	84,11
2	77,62	79,17	80,76
3	69,06	70,45	71,85
4	61,24	62,47	63,71
5	50,89	51,91	52,94
6	45,14	46,04	46,96

Fuente: BOE (Convenio Colectivo Estatal del Sector de Prensa Diaria Art.36.2.b)

Grupos profesionales	Valor hora extraordinaria		
	2019	2020	2021
	– Euros	– Euros	– Euros
1	20,76	21,17	21,60
2	18,27	18,63	19,01
3	16,09	16,41	16,74
4	14,03	14,31	14,59
5	11,84	12,08	12,32
6	10,22	10,42	10,63

Fuente: BOE (Convenio Colectivo Estatal del Sector de Prensa Diaria Art.33.4)

El salario bruto se ha calculado en función del salario base que corresponde a cada trabajador según su grupo profesional, suponiendo no han devengado horas extraordinarias ni dominicales. En caso de que algún trabajador no desarrolle sus tareas a jornada completa, el salario se prorrateará en función de las horas trabajadas.

Categoría	Año 4	Año 5
Redactor 1 (Grupo 4)	9.641'41	14.606'73
Redactor 2 (Grupo 4)	0	0
Fotógrafo (Grupo 5)	0	0
TOTAL:	9.641'41	14.606'73

Fuente: Elaboración propia

*Al desconocer el Salario de Convenio de los años 4 y 5 este se ha calculado estimando un aumento del IPC interanual del 1'00% respecto al del año 2021 (año 2), último ejercicio del que se conocen datos.

NOVA CULTURA

**Cabe mencionar que, tal y como se detalla en el apartado 2.a, la contratación del profesional de la fotografía dependerá de las posibilidades económicas de la empresa. Por ello, no se proporcionan los datos sobre su Salario Bruto y Salario Neto, así como la Seguridad Social o las retenciones de IRPF.*

A estos costes, se han de sumar los referidos a los pagos de la Seguridad Social por parte de la empresa, así como la cotización en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos correspondiente al titular de la explotación.

Los porcentajes de cotización son los siguientes:

	Contingencias comunes	Desempleo	FOGASA	FP	IT+IMS	Total
Coste empresa	23.50%	5.50%	0.20%	0.60%	1.25%	31.05%

Fuente: Elaboración propia

En función de este porcentaje de cotización, el coste de la Seguridad Social a cargo de la empresa sería de:

Categoría	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Redactor 1 (GRUPO 4)	-	-	-	2.993'66	4.535'39
Redactor 2 (GRUPO 4)	-	-	-	-	-
Fotógrafo (GRUPO 5)	-	-	-	-	-

NOVA CULTURA

Editora Jefe (Autónomo)	720	2.060'10	2.403'60	3.590'65	3.644'51
TOTAL:	720	2.060'10	2.403'60	6.584'31	8.179'90

Fuente: Elaboración propia

**En referencia a la cuota del autónomo, el primer año tendría un coste de 60 €, durante los siguientes 6 meses 143'05€ y durante los siguientes seis meses, 200'30€. Por ser menor de 30 años, el importe a pagar durante el tercer año sería también de 200'30€. A partir del cuarto año, la tarifa será de 286'15 € mensuales.*

A modo informativo, se ha calculado el Salario Neto, que es el importe que finalmente percibe el trabajador, una vez descontada su cotización a la Seguridad Social y la correspondiente retención del IRPF.

Para determinar el Salario Neto de cada trabajador, previamente deberemos calcular la Seguridad Social a cargo del trabajador, así como las retenciones de IRPF.

Los porcentajes de cotización a la Seguridad Social por parte del trabajador son los siguientes:

	Contingencias comunes	Desempleo	FOGASA	FP	IT+IMS	Total
Coste trabajador	4.70%	1.55%	-	0.10%	-	6.35%

Fuente: Elaboración propia

NOVA CULTURA

En función de este porcentaje de cotización, el coste de la seguridad social a cargo del trabajador sería de:

Categoría	Año 4	Año 5
Redactor 1 (GRUPO 4)	612'23	927'53
Redactor 2 (GRUPO 4)	-	-
Fotógrafo (GRUPO 5)	-	-

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra el porcentaje de retención que se le aplica al trabajador en función de su salario, que se calcula teniendo en cuenta sus circunstancias personales y económicas y se descuenta de su nómina. En este caso, a efectos de facilitar los cálculos del IRPF, suponemos que el trabajador no ha facilitado sus datos familiares y económicos, por lo que el IRPF se ha calculado sin tenerlos en cuenta.

Categoría	Año 4	Año 5
Redactor 1 (GRUPO 4)	0'00	260'00
Redactor 2 (GRUPO 4)	-	-
Fotógrafo (GRUPO 5)	-	-

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, determinamos el Salario Neto de los posibles trabajadores de *NOVA CULTURA*, los cuales se calculan mediante la siguiente operación:

[SALARIO NETO= Salario Bruto- IRPF -Seguridad Social a cargo del trabajador]

Categoría	Año 4	Año 5
Redactor 1 (GRUPO 4)	9.029'18	13.419'20
Redactor 2 (GRUPO 4)	-	-
Fotógrafo (GRUPO 5)	-	-

Fuente: Elaboración propia

c. Trámites contratación del personal

A continuación, se presentan los trámites derivados de la contratación de personal para la segunda y tercera etapa descrita en el proyecto. Se adjuntan los trámites necesarios para poder llevarlo a cabo:

Trámites trabajadores	Descripción	Organismo
Inscripción de la empresa: <i>Solicitud Código de Cuenta de Cotización (Modelo TA.7)</i>	Acto administrativo por el que se le asigna al empresario que contrata trabajadores por primera vez un número para el control de sus obligaciones	Tesorería General de la Seguridad Social
Afiliación de los trabajadores	Acto administrativo necesario en caso de que	Tesorería General de la Seguridad Social

	los trabajadores no hayan trabajado con anterioridad	
Alta contratos de trabajo	Este trámite consiste en realizar la legalización o alta de los contratos de trabajo de los trabajadores por cuenta ajena	Servicio Público de Empleo Estatal
Obtención del calendario laboral	Las empresas deben exponer en cada centro de trabajo el calendario laboral, que deberá estar en lugar visible	Inspección Provincial de Trabajo

Fuente: elaboración propia según datos del Portal PYME

5. Plan comercial

a. Producto y servicio

i. Descripción del producto y del servicio

La puesta en marcha de un nuevo proyecto requiere un análisis riguroso del producto o servicio que se va a ofertar. Acorde a lo mencionado a lo largo de la descripción del proyecto, *NOVA CULTURA* se basa en dos líneas principales de negocio: ofertará un producto periodístico de calidad y también un servicio para otros medios de comunicación. Asimismo, *NOVA CULTURA* se dedica a ofrecer espacios publicitarios en la revista web.

Por un lado, se ofertará un producto periodístico a otros medios de comunicación locales, provinciales y autonómicos. Se trata de un servicio propio de una agencia de noticias, dedicado a la elaboración de piezas periodísticas de temática cultural.

Por otro lado, la revista cultural digital ofrece a los comercios y entidades locales la posibilidad de inserción de publicidad, lo cual posibilitará la supervivencia de la revista digital.

ii. Descripción del público objetivo

Se considera esencial determinar el público objetivo al que va dirigida cada línea de negocio. En este caso, observamos tres públicos objetivo:

En primer lugar, referente a la revista cultural digital, encontramos a los lectores y a los anunciantes. Por lo que se refiere a los anunciantes, definimos a nuestro público objetivo como jóvenes vinarocenses con intereses culturales cosmopolitas y con afán de romper las barreras culturales de Vinaròs. Concerniente a los anunciantes, serán todos aquellos comercios locales interesados en llegar al público joven local. También lo son entidades como el Ajuntament de Vinaròs, el Club Nàutic o La Caixa Rural, entre otros.

En segundo lugar, concerniente a la agencia de noticias culturales, nuestro público objetivo se resume a medios de comunicación digitales e impresos interesados en contar con piezas culturales de calidad relativas a acontecimientos culturales que atañen a la comarca de El Baix Maestrat. De este modo, nuestro público objetivo estaría limitado por las barreras geográficas, trabajando principalmente con medios locales, provinciales y autonómicos.

iii. Necesidades que pretende satisfacer

Según nuestro *target*, identificamos diferentes necesidades que *NOVA CULTURA* pretende satisfacer para cada uno de ellos:

Anunciantes: lanzamiento de un mensaje publicitario a un público muy concreto, como son los lectores de *NOVA CULTURA*. La inserción de publicidad en nuestra revista ofrece a nuestros anunciantes la posibilidad de dirigirse a un público concreto acorde con el público objetivo de su comercio o entidad.

Lectores: satisfacción de necesidades de entretenimiento, informativas y culturales. Además, tal y como se ha mencionado con anterioridad, nuestro producto cuenta con unos atributos que lo diferencian de cualquier otro medio cultural, que se debe a nuestra función de periodismo de servicios.

Medios de comunicación: las necesidades de nuestros clientes empresarios, entendidos como los medios de comunicación, serían de especialización y de ampliación de la cobertura cultural.

iiii. Estudio de la competencia

A lo largo de la descripción del proyecto se han mencionado los atributos que permiten diferenciarnos de otros medios de comunicación. En este apartado nos centraremos en la detección y el análisis de medios de comunicación que podrían competir con *NOVA CULTURA*. En su mayoría, han sido hallados tras la consulta del Directorio de Medios elaborado por la Unió de Periodistes Valencians.

El análisis de nuestra competencia nos proporcionará información acerca de sus principales características, lo cual nos ayudará a posicionarnos en el mercado.

La agencia de noticias:

En referencia a las agencias de noticias que podrían ser competencia de *NOVA CULTURA* encontramos:

Europa Press Castelló y *EFE Castelló*, que ofrecen informaciones relativas a política, economía y también cultura. Sin embargo, proporcionan una información generalista no especializada en las temáticas culturales. Sin embargo, consideramos que estas no son competencia para nuestra agencia, ya que no producen información exclusivamente de las cuestiones culturales de la comarca de El Baix Maestrat.

También podemos definir como competencia a todos aquellos corresponsales que se dedican a la cobertura informativa de los actos culturales de la comarca. Sin embargo, la mayor parte de ellos no están especializados en cultura. Por ello, *NOVA CULTURA* se diferencia de todos ellos debido a su calidad, especialización y estabilidad.

Por lo tanto, nuestra agencia contará con una doble ventaja competitiva:

En primer lugar, por tratar únicamente temas culturales de las comarcas del norte de Castelló. En segundo lugar, al ser una agencia especializada en temas culturales, nos podemos permitir ofrecer un contenido de mayor calidad, especialización y con contenido de apoyo, como fotografías o reportajes audiovisuales, lo cual sería mejor valorado por los clientes.

La revista cultural:

En cuanto a la revista digital, observamos varios competidores como son:

- *El Diarriet*
- *Revista 7 Dies*
- *Diari del Maestrat*
- *Actualitat Diària*
- *Vinaròs News*
- *El País Castelló*
- *El Mundo Castelló*
- *El Mediterráneo*
- *Castellón Plaza*
- *El Levante Valencia*

Este listado comprende medios de comunicación generalistas tanto locales como provinciales o autonómicos. En su mayoría, tratan la actualidad diaria de Vinaròs y sus alrededores, ofreciendo información relacionada con temas económicos, políticos, deportivos y también culturales. Otros medios como *El Mediterráneo* o *Castellón Plaza* también ofrecen una información generalista sin ningún tipo de especialización. Además, dichos medios optan por ofrecer más información acerca de la capital de provincia, Castelló. Por lo tanto, los temas culturales de una localidad como Vinaròs quedan relegados a unos párrafos. Además, se trata de piezas que no cumplen la misma función que las de *NOVA CULTURA*, ya que se limitan a informar sobre los próximos acontecimientos o actos o los que ya han sucedido. En nuestra revista, al contrario que en los medios que aparecen en el

listado, se ofrece una información especializada en cultura y se le otorga la importancia que merece.

En definitiva, podemos afirmar que no existe ningún medio de comunicación en Vinaròs que trate la cultura desde una perspectiva basada en el periodismo de servicios. Aunque nuestros lectores pueden acceder a otros medios de comunicación que traten temas culturales, que sí contemplan la cultura desde esta perspectiva, consideramos que al público joven al que nosotros nos dirigimos no podría interesarle su contenido, ya que las actividades ofertadas no están a su alcance.

b. Análisis de costes

La empresa desarrollará su actividad en una oficina del Vinalab, un centro de *coworking* ubicado en Vinaròs. Esta oficina está aprovisionada con mobiliario, teléfonos fijos y acceso a Internet. Además, en la tarifa de alquiler se incluye el consumo de agua y luz.

También disponemos de vehículos propios, necesarios para la cobertura de noticias culturales de la comarca.

A continuación, se detallan los costes fijos y variables que tendrá que asumir la empresa.

Estos costes están referidos exclusivamente a la primera fase y a los dos primeros años de la segunda fase, es decir, a los cinco primeros años de ejercicio de la actividad.

NOVA CULTURA

Este análisis también serviría de base para la estimación de los costes en caso de implementar la fase dos y tres, teniendo en cuenta que el principal coste fijo para la empresa es el del coste del personal, cuyo importe se ha detallado en el apartado 3. Los demás costes fijos y variables: alquiler, renting, asesoría, entre otros, no varían sustancialmente en función del incremento del personal.

Cabe añadir que, según se describe en el apartado de Regímenes Retributivos del *Convenio Colectivo Estatal del Sector de Prensa Diaria*, el salario base de la Redactora Jefe es de 27.420'01 € anuales. Sin embargo, durante el primer año la retribución de la socia fundadora será de 7.200€ anuales, de 9.600€ anuales el segundo, de 12.000 € anuales el tercero y de 15.600 € el cuarto y 21.000€ el quinto.

Costes Fijos:

Partida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costes laborales					
-Cuota autónomo titular	720'00	2.060'10	2.403'60	3.590'65	3.644'51
-Retribución propia	7.200'00	9.600'00	12.000'00	15.600'00	21.000'00
-Costes de personal	-	-	-	12.635'07	22.786'63
Alquiler local					
Sala Coworking	780'00	787'80	795'68	1.854'54	1.873'09

NOVA CULTURA

Plataforma Web WordPress PRO	96'00	96'96	97'93	98'91	99'90
Renting Diseño Web y Dominio Web	360'00	360'00	360'00	360'00	360'00
Renting equipo informático/ audiovisual (asociado a los trabajadores de la empresa en cada ejercicio)	720'00	720'00	720'00	1.080'00	1.080'00
Asesoría Fiscal y Laboral	720'00	727'20	734'47	1.483'63	1.498'47
Telefonía Contrato tarifa móviles	480'00	484'80	489'65	989'09	998'98
TOTAL	11.366'00	14.402'56	17.897'16	37.990'68	53.643'36

Fuente: Elaboración propia

Estimación Costes Variables:

Partida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carburante Transporte	1.040'00	1.055,60	1.071'43	1.623'22	2.185'93
Colaboradores Freelance	1.440'00	2.192'40	2.966'88	1.254'80	1.592'00
Alquiler cámara vídeo	420'00	565'60	571'26	721'21	728'42
Comisión del comercial (15%)	-	-	-	3.338'64	4.699'28
TOTAL	2.900'00	3.813'60	4.609'57	6.937'87	9.205'63

Fuente: Elaboración propia

**Otros: se tiene en cuenta la posibilidad de conseguir acreditación de prensa, por lo que no existiría gasto destinado a este concepto.*

**Nota: Se ha estimado que el IPC interanual es del 1'00%. Este indicador se ha aplicado a todos los gastos, excepto a los gastos de renting del diseño web, del equipo informático y de la cámara de vídeo profesional, ya que derivan de un contrato formalizado con una duración de cinco años.*

**La reducción del gasto en colabores externos se debe al incremento de la plantilla de trabajadores.*

c. Presupuesto y evolución de las venta

i. Estudio del mercado y sector

En este apartado se realizará un análisis PEST con tal de identificar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del entorno que pueden afectar en el desarrollo de las dos líneas de negocio que comprende *NOVA CULTURA*:

Políticos:

- Alta incertidumbre política
- Nuevo gobierno
- Posible nuevo marco regulatorio
- Posible implementación de planes de estímulo con ayudas a las empresas

Económicos:

- Destrucción masiva de empleos
- Cierre de empresas
- Incremento de la demanda de trabajo
- Mercado frágil, posibles dificultades económicas de la competencia debido a la falta de liquidez
- Posible caída del PIB del 13'6%
- Ayudas a emprendedores

Sociales:

- Incremento de las desigualdades sociales
- Alta tasas de paro
- Aumento de la pobreza
- Interés social por temas prácticos
- Inestabilidad social y protestas sociales

- Surgimiento de nuevas plataformas de movilización y movimientos sociales a raíz de la crisis ocasionada por el Covid-19
- Auge consumo información a través de la red. El *Estudio General de Medios* (EGM) del 2019 sostiene que Internet es la forma que más utilizan para informarse los jóvenes de 14 a 34 años.

Tecnológicos:

- Descenso inversión I+D tanto pública como privada
- Auge de la conexión a Internet en los hogares españoles debido al confinamiento y al teletrabajo.

A continuación, realizaremos un análisis de los factores específicos que influyen en el sector en el que operamos. Podemos distinguir los siguientes grandes apartados para describir la actual situación del periodismo valenciano:

- PRECARIEDAD LABORAL

Generalmente, los medios de comunicación han reducido en gran medida su plantilla de trabajadores tras la crisis del 2008. Por ende, estos cuentan con pocos trabajadores con gran carga de trabajo para cada uno de ellos. Además, los sueldos suelen ser inferiores, incluso, en los medios nativos digitales. Algunos periodistas han optado por trabajar como *freelance*, pero lejos de conseguir beneficios económicos suficientes, hacen frente a muchos costes fijos que hacen que sus beneficios sean los justos para vivir. Por mencionados motivos, muchos de ellos se encuentran trabajando en gabinetes de comunicación y muchos otros se han decantado por la docencia, según el informe *Emili Gisbert 2016*.

- AUGE DE LA DIGITALIZACIÓN

Predomina el auge de medios nativos digitales, lo cual ha comportado la adaptación a nuevos lenguajes y formatos, así como la transformación de las rutinas periodísticas, que se basan en la rapidez en el proceso de elaboración y difusión del mensaje.

- CAMBIOS EN EL CONSUMO DE LA INFORMACIÓN

Cabe señalar que, en gran medida, el consumo se ha trasladado a la plataforma digital, que cada vez más está aumentando su importancia. Sin embargo, el *Informe Emili Gisbert 2016* distingue dos tipos de público, ya que unos consumidores prefieren el formato tradicional y otros el digital.

- CRISIS DEL MODELO DE NEGOCIO

En los medios impresos, el descenso de la inversión en publicidad tras la crisis ha puesto en entredicho la viabilidad del modelo de negocio dependiente de la misma. Por ello, se han diversificado las entradas de ingresos, contemplando otras opciones como las suscripciones o la organización de eventos, las cuales complementan los ingresos por publicidad. En los medios digitales, la publicidad se ha instaurado en las redes sociales.

Por lo tanto, se podría decir que el sector del periodismo en la Comunitat Valenciana gira en torno a la reducción de los salarios o a disminución de estos, con mayor volumen de trabajo para los periodistas. Sin embargo, según el *Informe Emili Gisbert 2016*, la estabilidad del sector periodístico valenciano ha mejorado sustancialmente en los últimos años debido a la reapertura de la radiotelevisión valenciana y a la propagación de medios nativos digitales, los cuales se han adaptado a los nuevos hábitos de consumo del público y a las nuevas rutinas.

ii. Proyección de la facturación a 5 años

Para llevar a cabo esta proyección de la facturación se ha elaborado una estimación del total de piezas que la agencia de noticias venderá cada año, así como del número de anunciantes que incorporarán publicidad en la revista digital con el siguiente detalle:

AÑO 1:

Venta Piezas:

- 1 reportajes al mes
- 3 reportajes audiovisuales en motivo de Carnaval, Fallas y la Feria de la Carxofa
- 10 piezas (noticias cortas, largas y cobertura de ruedas de prensa)

Venta Publicidad:

- 3 anunciantes con periodicidad mensual
- 2 anunciantes con periodicidad trimestral
- 1 anunciante con periodicidad anual

AÑO 2:

Venta Piezas:

- 2 reportajes al mes
- 4 reportajes audiovisuales en motivo de Carnaval en motivo de Carnaval, Fallas, la Feria de la Carxofa y las Jornadas de la Trufa de Morella
- 13 piezas (noticias cortas, largas y cobertura de ruedas de prensa)

Venta Publicidad:

- 4 anunciantes con periodicidad mensual
- 3 anunciantes con periodicidad trimestral
- 2 anunciantes con periodicidad anual

AÑO 3:

Venta Piezas:

- 3 reportajes al mes
- 4 reportajes audiovisuales en motivo de Carnaval, Fallas, la Feria de la Carxofa y las Jornadas de la Trufa de Morella
- 15 piezas (noticias cortas, largas y cobertura de ruedas de prensa)

Venta Publicidad:

- 6 anunciantes con periodicidad mensual
- 4 anunciantes con periodicidad trimestral
- 2 anunciantes con periodicidad anual

AÑO 4:

Venta Piezas:

- 4 reportajes al mes
- 5 reportajes audiovisuales en motivo de Carnaval, Fallas, la Feria de la Carxofa, las Jornadas de la Trufa de Morella y Fiestas San Juan y San Pedro
- 17 piezas (noticias cortas, largas y cobertura de ruedas de prensa)
- 1 suscripción anual

Venta Publicidad:

- 13 anunciantes con periodicidad mensual
- 9 anunciantes con periodicidad trimestral
- 5 anunciantes con periodicidad anual

AÑO 5:

Venta Piezas:

- 5 reportaje al mes
- 5 reportajes audiovisuales en motivo de Carnaval, Fallas, la Feria de la Carxofa, las Jornadas de la Trufa de Morella y Fiestas San Juan y San Pedro
- 19 piezas (noticias cortas, largas y cobertura de ruedas de prensa)
- 2 suscripciones anuales

NOVA CULTURA

Venta Publicidad:

- 15 anunciantes con periodicidad mensual
- 9 anunciantes con periodicidad trimestral
- 6 anunciantes con periodicidad anual

En base a los datos estimados, obtenemos el siguiente resumen de ingresos:

Período	LÍNEA 1 (Agencia)	LÍNEA 2 (Publicidad)	Total
Año 1	9.375'00	6.722'80	16.097'80
Año 2	13.857'20	10.027'39	23.884'59
Año 3	17.239'69	13.851'99	31.091'68
Año 4	26.748'73	30.958'07	57.706'80
Año 5	35.260'87	34.774'49	70.035'36

Fuente: Elaboración propia

**Se ha calculado un IPC interanual del 1'00%.*

A continuación, se presenta la tabla referida a los beneficios anuales, los cuales se han calculado mediante la siguiente operación:

[INGRESOS-GASTOS=BENEFICIO]

Período	Ingresos	Gastos	Beneficio
Año 1	16.097'80	14.266'00	1.831'80
Año 2	23.884'59	18.216'16	5.668'43
Año 3	31.091'68	22.506'73	8.584'95

NOVA CULTURA

Año 4	57.706'80	44.928'55	12.778'25
Año 5	70.035'36	62.848'99	7.186'37

Fuente: Elaboración propia

d. Política comercial y de marketing

i. Fijación de los precios del producto y servicio

En este apartado distinguiremos entre los precios de las piezas culturales que se ofrecerán a distintos medios de comunicación y la publicidad.

Por lo que se refiere al servicio que ofrece la agencia de noticias, cabe mencionar que, con tal de hacer una aproximación de los precios reales de los distintos tipos de piezas periodísticas, se ha consultado la *Guía del Periodista Freelance*, elaborado por la Unió de Periodistes Valencians. Estas serían las cantidades aproximadas, ajustadas al ámbito de actuación y al elevado grado de especialización de la empresa:

Tipo de piezas	Público al que nos dirigimos	Precio
Noticias cortas/ largas	Medios de comunicación locales, autonómicos y provinciales	30/60€
Reportajes escritos (+1.500 palabras)	Medios de comunicación locales, autonómicos y provinciales	150/200€
Reportajes audiovisuales	Medios digitales de ámbito local, autonómico y provincial	200/300€

NOVA CULTURA

Fotografía (1ud)	Medios de comunicación locales, autonómicos y provinciales	30€
Especial fiestas (Carnaval, fiestas patronales, etc)	Medios de comunicación locales, autonómicos y provinciales	250/1.000€

Fuente: Elaboración propia

**Nota: en la tabla se ven reflejadas las actividades que se entiende van a ser más habituales, pero nuestra intención también es grabar imágenes y entrevistas, con el objetivo de ofrecerlas a los medios, tanto editadas como en formato de brutos.*

Con el fin de establecer las tarifas de publicidad de los espacios publicitarios ofrecidos en la revista digital, hemos consultado las tarifas del año 2019 de varios medios locales y provinciales. Cabe añadir que dicha información nos sirve de guía, pero teniendo en cuenta que nuestro volumen de lectores es inferior, consideramos esencial adaptar las tarifas y ajustar los precios a nuestras posibilidades:

Tipo	Mensual	Trimestral	Anual
Banner 730x90px	265'00€	650'00€	2.100'00€
Banner 300x600px	225'00€	550'00€	1.900'00€
Banner 215x215px	150'00€	375'00€	1.100'00€

Fuente: Elaboración propia

Nota: en esta tabla se han añadido las tarifas de los formatos más habituales. Sin embargo, NOVA CULTURA contempla la incorporación de otros formatos más innovadores, tales como el skin video, el billboard o el brand day.

ii. Estrategias destinadas a incrementar el volumen de facturación

El incremento del volumen de facturación en una empresa de nueva creación depende, en gran medida, de las estrategias de marketing llevadas a cabo para la consecución de dicho objetivo. Nuestra estrategia se basará en las siguientes acciones para cada una de las líneas de negocio:

La agencia de noticias:

- Captación de suscriptores con descuentos durante la fase de implantación de la empresa.
- Establecimiento de precios fijos por paquetes mensuales, es decir, fijación de una tarifa plana por determinadas noticias al mes.
- Segmentación del público en redes sociales con el objetivo de promocionar nuestro servicio.
- Campaña de promoción en redes sociales.

La revista digital:

- Organización de eventos con el fin de convertirnos en un agente activo en la promoción de actos culturales.
- Marketing directo mediante la negociación del comercial con los medios.
- Descuentos en las tarifas publicitarias durante los primeros meses de vida de la empresa.
- Campaña de difusión en redes sociales.
- Colaboraciones con influencers locales.

6. Plan económico y financiero

a. Plan de inversión

i. Barreras de entrada al mercado

Las barreras de entrada a una industria son aquellos impedimentos que dificultan que una empresa opere en un determinado sector, que en el caso de *NOVA CULTURA* es el de la prensa. Existen diferentes obstáculos de carácter económico, legal, ético e incluso relacionados con la inversión inicial o con la amenaza de productos sustitutivos. A continuación, se procederá a la identificación de las diferentes barreras de entrada, diferenciando entre las dos líneas de negocio; la agencia de noticias (A) y la revista digital (R):

- Amenaza de competidores, que en este caso son las agencias de noticias mencionadas en el apartado referido al análisis de la competencia (A)
- Fidelidad de los consumidores a sus medios (R)
- Falta de economías de escala, ya que existe un elevado coste por cada pieza producida (A)
- Superioridad de los competidores en términos de notoriedad (A, R)

En conclusión, se puede afirmar que *NOVA CULTURA* no cuenta con elevadas barreras de entrada, ya que se trata de una empresa que no requiere de una inversión inicial elevada y cuenta con la diferenciación de su producto y servicio. Además, *NOVA CULTURA* se beneficia del libre acceso a la creación de una página web en Internet y de las economías de alcance, ya que aprovecha los mismos recursos para sus dos líneas de negocio.

ii. Compra de equipamientos

Según se ha indicado en el apartado 5.b, la empresa ha formalizado varios contratos de renting.

Se ha suscrito un contrato de renting por un plazo de cinco años con la entidad *Renting Web*, que ofrece servicios de diseño de la página web, hospedaje, posicionamiento, mantenimiento y actualizaciones.

En cuanto a los equipos informáticos, también se ha optado por el renting, habiendo formalizado un contrato por un plazo de cinco años con la entidad *Renting PC*. En este contrato se ha estipulado que durante los tres primeros años, se dispondrá de un ordenador portátil, ampliándose hasta un máximo de cuatro equipos en función de las necesidades de la empresa. El pago de la cuota mensual incluye el uso, los costes de mantenimiento y las reparaciones. También se ha formalizado un contrato de renting para la obtención de la cámara de vídeo profesional.

Se ha optado por el renting con el fin de reducir la inversión inicial, prescindiendo de desembolsar grandes cantidades de dinero durante el primer ejercicio. Además, se evita así la obsolescencia de los equipos, pudiendo contar siempre con material de última tecnología.

b. Plan de financiación

i. Recursos propios

Tal como se ha explicado en el apartado 2.b, la socia fundadora dispone de 3.000 euros que podrán ponerse a disposición de la empresa para hacer frente a los gastos fijos durante el primer semestre en caso de no recibir suficientes ingresos.

Además, la empresa dispondrá del vehículo particular de la promotora para realizar los desplazamientos necesarios.

ii. Recursos ajenos

El plan de financiación de *NOVA CULTURA* no contempla la solicitud de recursos ajenos procedentes de entidades bancarias, ya que pretendemos evitar hacer frente a los intereses que supone un préstamo o una póliza de crédito. Sin embargo, pretendemos acogernos a ayudas por el fomento del trabajo autónomo como la siguiente:

EAUTOE 2020- Ayudas a personas desempleadas que accedan a su empleo a través de la creación de actividad empresarial como personal trabajador autónomo en proyectos innovadores para el ejercicio 2020 (LABORA Servicio Valenciano de Empleo y Formación).

7. Análisis DAFO

El análisis DAFO es una herramienta que permite estudiar las características internas de la empresa (Debilidades y Fortalezas), así como su situación externa (Amenazas y Oportunidades). Este estudio permite a *NOVA CULTURA* identificar sus puntos positivos a explotar, así como aquellos que debería tener en especial consideración con tal de corregirlos o anticiparse a posibles amenazas que pongan en peligro la continuidad del negocio.

Debilidades:

- Falta de experiencia en el sector (A, R)
- Inexperiencia como emprendedora (A, R)
- Equipo de trabajo muy reducido (A, R)
- Público muy concreto (A, R)

Amenazas:

- Impacto económico negativo derivado del Covid-19 (A, R)
- Amenaza de nuevos competidores (R, A)
- Posible entrada en un período de recesión (R, A)
- Baja capacidad de inversión en publicidad de los comercios y entidades locales (R)
- Fidelización de los medios a sus agencias de noticias o *freelance* (A)
- Preferencia de los medios por enviar corresponsales (A)

Fortalezas:

- Conocimiento del público objetivo (A)
- Motivación y trabajo en equipo (R, A)
- Producto y servicio especializado (R, A)

Oportunidades:

- Hueco de mercado (A, R)
- Inexistencia de barreras de entrada (R)
- Aumento del consumo de periodismo digital (R)
- Falta de competencia directa en la localidad (R)
- Poca competencia directa en la comarca de El Baix Maestrat (A, R)
- Apertura de un nuevo centro comercial en Vinaròs, por lo que podrá aumentar el número de anunciantes que contraten nuestros servicios (A, R)

NOVA CULTURA

- Cada vez más es mayor la demanda de un periodismo especializado de calidad (A, R)
- Externalización de actividades, lo que permite abaratar los costes de equipamiento y personal (A, R)

8. Webgrafía

- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. *Convenio Colectivo Estatal del Sector de la Prensa Diaria [archivo PDF]. Recuperado 20 de marzo de 2020 de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-12486*

- EAE BUSINESS SCHOOL. (2018, mayo 18). *El control de los costes fijos y variables de una empresa para su viabilidad.* Recuperado 16 de abril de 2020 de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/el-control-de-los-costes-fijos-y-variables-de-una-empresa-para-su-viabilidad/>

- EL ECONOMISTA. (2020, abril 20). *El Banco de España anticipa una caída máxima del PIB del 13,6% en 2020 y descarta una recuperación en V.* Recuperado 18 de mayo de 2020 de <https://www.economista.es/economia/noticias/10491669/04/20/El-Banco-de-Espana-anticipa-una-caida-del-PIB-del-136-si-la-economia-permanece-hibernada-hasta-junio-.html>

- ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS (2020). *Ranking tipología de soportes de Internet, 1ª oleada.* Recuperado 9 de abril de 2020 de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>

- GENERALITAT VALENCIANA. EAUTOE 2020- *Ayudas a personas desempleadas que accedan a su empleo a través de la creación de actividad empresarial como personal trabajador autónomo en proyectos innovadores para el ejercicio 2020.* Recuperado 18 de abril de 2020 de https://www.gva.es/es/inicio/procedimientos?id_proc=19120

- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. *Trámites para la puesta en marcha. Recuperado de 10 de marzo de 2020 de*
<http://www.ipyme.org/es-ES/creaciondelaempresa/Paginas/Tramites.aspx>

- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. *El Empresario Individual [archivo PDF]. Recuperado 16 de marzo de 2020 de*
www.ipyme.org/Publicaciones/EmpresarioIndividual.pdf

- SÁNCHEZ GALÁN, J. (s. f.). *Barreras de entrada. Recuperado 7 de mayo de 2020, de* <https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>

- SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL. *Guía de contratos [archivo PDF]. Recuperado 20 de marzo de 2020 de*
<https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/publicaciones/publicaciones-oficiales/listado-pub-empleo/guia-contratos.html>

- UNIÓ DE PERIODISTES VALENCIANS. (s. f.). *Directori de mitjans. Recuperado 19 de febrero de 2020 de* <https://www.unioperiodistes.org/directori-de-mitjans/>

- VELARDE, G. (2020, abril 15). *El coronavirus destruye 900.000 empleos en los últimos 21 días... y sin contar 4 millones de ERTE's. Recuperado 18 de mayo de 2020 de*
<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10483441/04/20/El-coronavirus-destruye-900000-empleos-en-los-ultimos-21-dias-y-sin-contar-4-millones-de-ERTEs.html>

PE 0932 – Bachelor’s degree Final

Project

Line B: creation of a journalistic company



Supervisor: María Teresa Latorre Lázaro
Author: Abril Abargues Orts
ID: 20925643J
Journalism studies
Year: 2019/2020

1. Project description

a. Main activity of NOVA CULTURA

NOVA CULTURA is a journalistic company specialised in the development of cultural content related to Vinaròs and its surroundings. This is a project integrated by a quality digital magazine, specialized in cultural service journalism with a glocal gaze, and a regional cultural news agency.

b. Origin of the business idea

This business idea arises from concern about the lack of cultural offer of interest to the younger audience of Vinaròs. The differential value of *NOVA CULTURA* resides in that it addresses local information from a two-way perspective, that is, it informs a general public about the cultural current events of the region through the news agency while bringing the whole global cultural reality closer to the public of Vinaròs. In addition, it is a journalism service adapted to the local level, but from a global perspective.

c. Promoter presentation

The team of this company is composed of a single partner, the promoter of the project. Abril Abargues is a journalist, graduated at University Jaume I, so she is able to develop the various activities needed for the development of the project. Moreover, she knows how *Premiere Pro* and *In Design* work.

2. Company's type of business

NOVA CULTURA is a project designed to carry out a continuous evolution in the long term. Therefore, it is designed to start with a simple structure with the developer as the sole worker with the pretense of growing and expanding the workforce.

The main reason we have chosen an individual entrepreneur is because it is an ideal legal way for small companies. In addition, it is the fastest, simplest and most economical way to register a business as there is no need for a prior process of incorporation.

3. Human resources

a. Organization chart

At the beginning, the company will be composed by one person, but if necessary, the company could increase its number of employees by four people. In that case, the structure of the company will be composed by the Redaction Area, the Commercial Department and the Audiovisual Area.

b. Assignment of staff

NOVA CULTURA need people that develop different roles, such as source management, layout of content, sale of advertising spaces, audiovisual coverage of cultural events, among others.

4. Contractual regime

After taking into consideration the Contracts Guide of Employment Public Service, we have decided that, in case of increase in the number of workers, all of them will be contracted indefinitely.

5. Commercial plan

a. Product and service

NOVA CULTURA is based in two lines of business: the product (digital magazine) and the service (news agency).

Product: magazine addressed to young people with cosmopolitan cultural interests looking for a high- quality services journalistic product.

Service: it is based on offering a finished journalistic product to other media in the area. It is also dedicated to the elaboration of journalistic pieces of the cultural theme.

b. The competition

We can consider competition general news agencies in the area as well as freelance journalists who are engaged in the coverage of cultural events of the area. Moreover, a large list of journals could be competitors. Despite of that, we strongly believe that any of them do the same work as *NOVA CULTURA* because they are not specialised in cultural content.

c. Expenses analysis

The company must afford several business expenses such as the Promoter salary, taxes to National Insurance, transport, local rent, etc.

d. Market and sector study

In this section we are going to analyse political, economic, technological and social factors that can affect our activity. For instance, while the recession of the Spanish economy complicates to start a business, there are some public grants to support new entrepreneurs.

In reference to our sector, there are some defining features, such as job precariousness, the rise of digitization or the crisis of the business model.

e. Commercial and marketing activity

In order to increase the volume sales, we will offer some discount applied to the purchase of journalistic content and the sale of advertising spaces as well as we will also carry out an extensive social media promotion strategy through collaborations with local influencers.

6. Economic and financial plan

a. Investment Plan

i. Barriers to entry

We can consider some barriers to entry like the consumer loyalty to media and the superiority of competitors in terms of notoriety. Despite of that, *NOVA CULTURA* does not have high barriers of entry, since it is a company that does not require a high initial investment and has the differentiation of its product and service.

b. Financial plan

i. Own resources

The founding partner has EUR 3,000 which will be available to the undertaking to meet fixed expenses during the first semester in case of not receiving sufficient income.

ii. External resources

NOVA CULTURA's financial plan does not provide for the application for foreign resources from banks, as we aim to avoid facing the interest involved in a loan or credit policy. However, we intend to benefit from aid for the promotion of self-employment.

7. SWOT Analysis

In this section we will analyse the weaknesses, threats, strengths and opportunities that *NOVA CULTURA* has. The aim of this task is to identify our advantages and disadvantages in order to solve them appropriately.

As a weaknesses, it can be highlighted the lack of experience as a entrepreneur since it is the first project that she carries out. Moreover, the target of *NOVA CULTURA* is reduced and focused on young people.

The main threat for *NOVA CULTURA* is the future economic crisis due to the new pandemy of Covid-19. This situation will suppose a decrease in advertising investment of the local entities and comeres. Another threat can be the difficulties to change the close relationship of cooperation between media and news agencies.

In contrast, the high motivation of the teamwork is a strength that can compensate the lack of experience in the sector. In addition, the main strength of the company is the high specialization of the products and services provided.

Finally, the market provides several opportunities that *NOVA CULTURA* should not miss. The most important opportunity is the sector trend asking for a more

NOVA CULTURA

specialized product. Furthermore, *NOVA CULTURA* has the opportunity to fill in a market gap because of the reduced number of competitors in Vinaròs and its surroundings.

a. Documentos



AVALUACIÓ CANDIDATURA D' INCUBACIÓ AL C.C.VINALAB

LA TEUA EMPRESA / TU EMPRESA
Nom / Nombre
A què es dedica la teua empresa ? / ¿A qué se dedica tu empresa?
Quantes persones la componeu ? / ¿Cuántas personas la componéis?
Quants anys té de vida ? o Quan l'aneu a constituir ? / ¿Cuántos años tiene de vida ? o ¿ Cuando la vais a constituir ?
Quina es la raó de ser de la teua empresa ? Missió, activitat principal, ... / ¿Cuál es la razón de ser de tu empresa? Misión, actividad principal, ...
Quin és el teu somni com a empresa ? On vols arribar ? Visió / ¿Cuál es tu sueño como empresa? ¿Dónde quieres llegar? Visión
Quina és la innovació de la teua empresa ? Social, tecnològica, mediambiental, ... / ¿Cuál es la innovación de tu empresa? Social, tecnológica, medioambiental,...
On es situa el teu mercat de negoci ? Àmbit geogràfic, públic objectiu, ... / ¿Dónde se situa tu mercado de negocio? Ámbito geográfico, público objetivo,...

EN RELACIÓ AL VINALAB / EN RELACIÓN AL VINALAB
Per què vols ser aquí ? / ¿Por qué quieres estar aquí ?
Què hi pots aportar ? / ¿Qué puedes aportar?
Què et podem aportar ? / ¿Qué te podemos aportar?
Què t'agradaria que passés en aquest edifici ? / ¿Que te gustaría que pasara en este edificio?
Com relacionaries el valor del Vinalab amb la teua empresa i negoci en el curt i mitjà termini ? ¿Cómo relacionarías el valor del Vinalab con tu empresa y negocio en el corto y medio plazo?.



ADJUNTO ELS SEGÜENTS DOCUMENTS / ADJUNTO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS

- Plan de negoci de la empresa o iniciativa / Pla de negoci de l'empresa o iniciativa
- Model de negoci de l'empresa / Modelo de negocio de la empresa
- Pla de viabilitat / Plan de viabilidad
- Recursos humans / Recursos humanos
- Qüestionari d'avaluació / Cuestionario de evaluación
- Document acceptació normes de convivència i d'accés al centre / Documento aceptación normas de convivencia y de acceso al centro
- Justificant abono de taxes / Justificante abono de tasas

I. Per a empreses en funcionament / Para empresas en funcionamiento:

- Escritura de poder notarial (si és una societat) / Escritura de poder notarial (si es una sociedad)
- Model 036 y 037 (Hisenda, impost d'activitats..) / Modelo 036 y 037 (Hacienda, impuesto de actividades..)
- Alta en Seguretat Social / Alta en Seguridad Social
- Darrer justificant de pagament a la Seguretat Social / Último justificante de pago a la seguridad social
- Impost de societats o resum anual beneficis / Impuesto de sociedades o resumen anual beneficios

II. Per a empreses de nova o recent constitució / Para empresas de nueva o reciente constitución:

- DNI, NIF / NIE, CIF / DNI, NIF/ NIE, CIF
- Declaració de data prevista inici d'activitat / Declaración de fecha prevista inicio de actividad

Signatura / Firma
Data / Fecha

Les dades de caràcter personal que conté l'imprès podran ser incloses en un fitxer per al seu tractament per aquest òrgan administratiu, com a titular responsable del fitxer, en l'ús de les funcions pròpies que té atribuïdes i en l'àmbit de les seues competències. Així mateix, s'informa de la possibilitat d'exercir els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, tot això de conformitat amb el que disposa l'art. 5 de la Llei Orgànica 15/1999, de Protecció de Dades de Caràcter Personal (BOE núm. 298, de 14/12/99)

Los datos de carácter personal contenidos en este impreso podrán ser incluidos en un fichero para su tratamiento por este órgano administrativo, como titular responsable del mismo, en el uso de las funciones propias que tiene atribuidas y en el ámbito de sus competencias. Asimismo, se informa de la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, todo ello de conformidad con lo dispuesto en el art. 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal (BOE n°298, de 14/12/99)



SOL·LICITUD D'AUTORITZACIÓ PER A INCUBACIÓ AL C.C.VINALAB

DADES DE L'EMPRESA, ENTITAT O PERSONA SOL·LICITANT / DATOS DE LA EMPRESA, ENTIDAD O PERSONA SOLICITANTE		
Nom i cognoms o raó social / Nombre y apellidos o razón social		NIF, NIE o CIF
Domicili social / Domicilio social		Localitat / Localidad
		CP
Telèfon / Teléfono	Adreça electrònica / Dirección electrónica	
Epígraf de l'IAE / Epígrafe del IAE		

DADES DE LA PERSONA REPRESENTANT (si és empresa) / DATOS DE LA PERSONA REPRESENTANTE (si es empresa)	
Nom i cognoms / Nombre y apellidos	NIF o NIE
Telèfon / Teléfono	Adreça electrònica / Dirección electrónica

SOL·LICITO L'AUTORITZACIÓ PER A INCUBACIÓ EN EL VINALAB / SOLICITO LA AUTORIZACIÓN PARA INCUBACIÓN EN EL VINALAB

SECTOR O ACTIVITAT DE L'EMPRESA / SECTOR O ACTIVIDAD DE LA EMPRESA
PLAÇA SOL·LICITADA / PLAZA SOLICITADA
<input type="checkbox"/> Alquiler físic d'incubació (despatx sencer) / Alquiler físico de incubación (despacho entero) <input type="checkbox"/> Zona de coworking / Zona de coworking
<input type="checkbox"/> Alquiler físic d'incubació (mig despatx) / Alquiler físico de incubación (medio despacho)



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL



FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

DATOS DE LA EMPRESA

CIF/NIF/NIE

Nombre y Apellidos	NIF/NIE	En concepto de (1)
Nombre o razón Social de la Empresa	Domicilio social	
Pais	Municipio	C. Postal

DATOS DE LA CUENTA DE COTIZACIÓN

Régimen	Cod. Prov.	Número	Dig. Contr.	Actividad Económica

DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO

Pais	Municipio
------	-----------

DATOS DEL/DE LA TRABAJADOR/A

D./DNA.	NIF/NIE	Fecha de nacimiento
Nº AFILIACIÓN S.S.	Nivel formativo	Nacionalidad
Municipio del Domicilio	Pais domicilio	

Con la asistencia legal, en su caso, de D./Dña. , con NIF./NIE. núm. , en calidad de (2) .

DECLARAN

Que reúnen los requisitos exigidos para la celebración del presente contrato, y, en su consecuencia, acuerdan formalizarlo con arreglo a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA: El/la trabajador/a prestará sus servicios como (3)DEPENDIENTE, incluido en el grupo profesional de , para la realización de las funciones (4)LAS PROPIAS DE SU GRUPO PROFESIONAL Y CUYAS FUNCIONES Y TAREAS SE ENCENTRAN RECOGIDAS EN EL CONVENIO COLECTIVO DE APLICACION EN LA EMPRESA de acuerdo con el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa.En el centro de trabajo ubicado enVINAROS, PZ CONSTITUCION 10 .

() A DISTANCIA, en el domicilio ubicado en(calle, nº y localidad) _ _ _ _ _.

SEGUNDA: El contrato se concierta para realizar trabajos periódicos de carácter discontinuo consistentes en (5)_ _ _ _ _ dentro de la actividad cíclica intermitente de (6)) _ _ _ _ _ cuya duración será de (7)) _ _ _ _ _.

La duración estimada de la actividad será de (8) _ _ _ _ _ . Los/as trabajadores/as serán llamados en el orden y forma que se determine en el Convenio colectivo de MADERA COMUNIDAD VALENCIANA. La jornada estimada dentro del periodo de actividad será de _ _ _ _ _ horas (9)_ _ _ _ _ y la distribución horaria será.

Si el convenio colectivo de ámbito sectorial permite en los contratos fijos discontinuos utilizar la modalidad a tiempo parcial, indique si se acoge al mismo: () SI () NO

TERCERA: La jornada de trabajo será:

(X) **A tiempo completo:** la jornada de trabajo será de 40 horas semanales, prestadas de Lunes aViernes, con los descansos establecidos legal o convencionalmente (10).

() **A tiempo parcial:** La jornada de trabajo ordinaria será de _ _ _ _ _ horas () al día, () a la semana, () al mes, () al año, siendo esta jornada inferior a la de un/a trabajador/a a tiempo completo comparable (11).

La distribución del tiempo de trabajo será de (12) Lunes a Viernes conforme a lo previsto en el convenio colectivo.

El/La trabajador/a El/La representante de la empresa El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL **Trabajador :**

En caso de jornada a tiempo parcial señalase si existe o no pacto sobre la realización de horas complementarias (13):
SI () NO ()

CUARTA: La duración del presente contrato será INDEFINIDA, iniciándose la relación laboral en fecha 29/OCTUBRE/2008, y se establece un período de prueba de (14) 1 MES.

QUINTA: El/la trabajador/a percibirá una retribución total de euros brutos (15) que se distribuirán en los siguientes conceptos salariales (16).

SEXTA: La duración de las vacaciones anuales será de (17)0.

SÉPTIMA: En lo no previsto en este contrato, se estará a la legislación vigente que resulte de aplicación y particularmente, el Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el R. D. Legislativo 2/2015 de 23 de octubre (BOE de 24 de octubre) y en el Convenio Colectivo de MADERA COMUNIDAD VALENCIANA con código de Convenio 80100085012017.

OCTAVA: El presente contrato se formaliza bajo la modalidad de contrato de relevo: SI () NO ()
El/la trabajador/a:

() Que está en desempleo e inscrito como demandante en el Servicio Público de Empleo de _____
() Que tiene concertado con la empresa un contrato de duración determinada que fue registrado en el Servicio Público de Empleo de _____, con el número _____ con fecha _____ de _____ de _____.

El/la representante de la empresa:

Que el/la trabajador/a de la Empresa D/Dña _____ nacido el _____
_____ que presta sus servicios en el centro de trabajo ubicado en (calle, nº y localidad) _____
_____ con la profesión de _____ incluido en el grupo laboral/nivel/categoría
profesional _____ de acuerdo con el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa que reduce su
jornada ordinaria de trabajo y su salario en un _____ (18) por acceder a la situación de jubilación parcial regulada en el
Real Decreto-Ley 5/2013 de 15 de marzo ha suscrito con fecha _____ y hasta _____ el
correspondiente contrato de trabajo a tiempo parcial registrado en el Servicio Público de Empleo de _____
_____ con el número _____ y con fecha _____.

NOVENA: ESTE CONTRATO PODRÁ SER COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO.

DÉCIMA: El contenido del presente contrato se comunicará a la Oficina de Empleo de _____, en el plazo de los 10 días siguientes a su concertación.

UNDÉCIMA: PROTECCION DE DATOS. - Los datos consignados en el presente modelo tendrán la protección derivada del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo, de 27 de abril de 2016 y de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre (BOE de 6 de diciembre).

- (1) Director/a, Gerente, etc.
(2) Padre, madre, tutor/a o persona o institución que le tenga a su cargo.
(3) Señalar grupo profesional o nivel profesional que corresponda, según el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa.
(4) Indicar profesión. Las funciones pueden ser todas las del grupo profesional o solamente alguna de ellas.
(5) Esta cláusula solo se cumplimentará en caso de desarrollar trabajos de carácter fijos discontinuos. Indicar la actividad profesional a desarrollar por el trabajador.
(6) Indicar la actividad fija discontinua o de temporada de la empresa y su duración.
(7) Indicar la duración de la actividad a desarrollar por el/la trabajador/a.
(8) Diarios, semanales, mensuales o anuales. Detallar Convenio.
(9) Indique el número de horas según convenio colectivo para jornada completa, máximo legal o la del trabajador a tiempo completo.
(10) Indíquese la jornada del trabajador.
(11) Se entenderá por "trabajador a tiempo completo comparable" a un trabajador a tiempo completo de la misma empresa y centro de trabajo, con el mismo tipo de contrato de trabajo y que realice un trabajo idéntico o similar. Si en la empresa no hubiera ningún trabajador comparable a tiempo completo, se considerará la jornada a tiempo completo prevista en el convenio colectivo de aplicación, o, en su defecto, la jornada máxima legal.
(12) Indique la distribución del tiempo de trabajo según el convenio colectivo.
(13) Señálese lo que proceda y en caso afirmativo adjuntar el anexo si hay horas complementarias.
(14) Respetando lo establecido en el art.14.1 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre (BOE de 24 de octubre). En caso de acogerse al art.4 de la ley 3/2012 el periodo de prueba será de un año.
(15) Diarios, semanales, mensuales o anuales.
(16) Salario base, complementos salariales, pluses.
(17) Mínimo: 30 días naturales.
(18) Un mínimo del 25% y un máximo del 75%.

El/La trabajador/a

El/La representante de la empresa

El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL Trabajador :

Que el CONTRATO INDEFINIDO que se celebra (marque la casilla que corresponda) se realiza con las siguientes cláusulas específicas:

INDEFINIDO ORDINARIO CON O SIN REDUCCIÓN DE CUOTAS

DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD PROCEDENTES DE ENCLAVES LABORALES

DE PERSONAS DESEMPLEADAS DE LARGA DURACIÓN

DE TRABAJADORES EN SITUACIÓN EXCLUSIÓN SOCIAL, VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO, DOMÉSTICA, VÍCTIMAS DE TERRORISMO O VÍCTIMAS DE TRATA DE SERES HUMANOS

DE EXCLUIDOS EN EMPRESAS DE INSERCIÓN

DE FAMILIAR DEL TRABAJADOR AUTÓNOMO

DE MAYORES DE 52 AÑOS BENEFICIARIOS DE SUBSIDIO POR DESEMPLEO

PROCEDENTE DE UN CONTRATO PARA LA FORMACIÓN Y APRENDIZAJE DE ETT

PROCEDENTE DE UN CONTRATO EN PRÁCTICAS DE ETT

DEL SERVICIO DEL HOGAR FAMILIAR

DE TRABAJADORES EN INSTITUCIONES PENITENCIARIAS

OTRAS SITUACIONES

CONVERSIÓN DE CONTRATO TEMPORAL EN CONTRATO INDEFINIDO

y cumple los requisitos establecidos en la norma reguladora.

El/La trabajador/a

El/La representante de la empresa

El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL Trabajador :

SIN CLÁUSULAS ESPECÍFICAS (ORDINARIO)

CÓDIGO DE CONTRATO

TIEMPO COMPLETO 100

TIEMPO PARCIAL 200

FIJO DISCONTINUO 300

Que el trabajador, esté admitido en el Programa de Activación para el Empleo y esté en posesión del documento acreditativo o resolución del SEPE. (R.D. Ley 16/2014 de 19 de Diciembre, modificado por R.D. Ley 7/2017 de 28 de Abril).

El/La trabajador/a

El/La representante de la empresa

El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL Trabajador :

CLÁUSULAS ADICIONALES

Primera. Movilidad funcional.

1. Ambas partes acuerdan que la empresa podrá asignar al trabajador la realización de funciones o tareas propias del grupo profesional, en distinto puesto o lugar de trabajo. En este supuesto se tendrá derecho a la retribución correspondiente a las funciones o tareas realizadas, si en el puesto o lugar de trabajo asignado la retribución fuera distinta.
2. Así mismo acuerdan que se podrá asignar al trabajador la realización de funciones o tareas distintas al grupo profesional de referencia o inicialmente asignado cuando existan causas objetivas justificadas y por el tiempo imprescindible que no podrá superar los seis meses, salvo que por convenio colectivo se establezca una duración distinta. En este supuesto se tendrá derecho a la diferencia de retribuciones entre el grupo de origen y el asignado.
3. También se podrá asignar al trabajador tareas o funciones inferiores a las del grupo profesional de referencia o inicialmente asignado. En tal caso se mantendrá el derecho a la retribución de origen.
4. En cualquier supuesto de movilidad funcional no será necesario el preavisar con una antelación mínima a la adopción de la asignación sino que podrá disponerse por la empresa en el momento que se produzca la necesidad.
5. La movilidad funcional se podrá llevar a cabo entre los distintos centros de trabajo de la empresa siempre que ello no comporte el traslado de residencia.

Segunda. Distribución irregular de la jornada.

1. Acuerdan igualmente que durante la vigencia de la relación laboral la empresa podrá decidir la distribución irregular a lo largo del año del 10 % de la jornada de trabajo, salvo que por convenio colectivo se fije otro porcentaje. De esta forma será posible que durante unas semanas se trabaje más horas y en otras menos, de modo que el promedio anual se mantenga dentro del mencionado límite. No existirá límite máximo para la jornada semanal en estos casos, aunque siempre deberá observarse los periodos mínimos de descanso diario y semanal.
2. Si en la fecha de la extinción del contrato el trabajador acumulara un exceso de horas ordinarias trabajadas como consecuencia de la distribución irregular, estas podrán ser compensadas económicamente como horas ordinarias, no teniendo en ningún caso naturaleza de horas extraordinarias salvo que por convenio colectivo se disponga lo contrario.

Tercera. Dimisión del trabajador.

El trabajador podrá renunciar a continuar con su contrato de trabajo comunicándolo a la empresa mediante el preaviso que requerirá la manifestación de su voluntad expresa o tácita. La renuncia deberá comunicarse por escrito a la empresa o manifestarse en el plazo que señale el convenio colectivo o la costumbre del lugar en que se halle su centro de trabajo y, en su defecto, en el plazo mínimo de veinte días. En su caso, se procederá al pertinente descuento de haberes según lo que disponga el convenio colectivo de aplicación.

Cuarta. Incapacidad temporal y otras situaciones.

En defecto de pacto en convenio colectivo NO interrumpirán el período de prueba, la situación de Incapacidad Temporal, riesgo durante el embarazo, maternidad, y adopción o acogimiento, riesgo durante la lactancia y paternidad que afecten al trabajador durante estos periodos.

Quinta. Absorción y compensación salarial.

1. Las retribuciones del trabajo cuando el trabajador esté cobrando un salario por encima del fijado en el convenio colectivo o superen el salario mínimo interprofesional (SMI), tanto en concepto de salario base como sus complementos o mejoras de convenio, retribuciones voluntarias, incentivos, primas o cualquier otro plus que perciba por decisión empresarial, por funciones vinculadas al puesto de trabajo o a la situación y resultados de la empresa, en cuanto fueran superiores a los mínimos establecidos con carácter general, podrán ser compensados y absorbidos en su conjunto y en cómputo anual con los aumentos salariales que se fijen con posterioridad en los convenios colectivos o por establecimiento del salario mínimo interprofesional.
2. Igualmente podrá ser compensado y absorbido el aumento salarial por el exceso o incremento de IPC u otro aplicable, como pudiera resultar del establecimiento del SMI, con un complemento personal voluntario.
3. Se consideraran también conceptos salariales absorbibles y compensables aquellos que sean complementos de puesto de trabajo o funcionales, aunque no respondan a la misma e idéntica causa y resulten absorbidos o compensados por un nuevo complemento genérico de puesto de trabajo.
4. Las condiciones más beneficiosas de origen contractual que se rijan o se hayan fijado por las condiciones laborales del propio contrato podrán ser objeto de compensación y absorción salarial.
5. Igualmente podrán ser compensadas y absorbidas las percepciones extra salariales relativas a las indemnizaciones y otros conceptos de idéntica calificación vinculados al puesto de trabajo o a la situación y resultados de la empresa.
6. Las comisiones por ventas, participación en atención de clientes, gestión de servicios para clientes y la remuneración por unidad de tiempo podrán ser objeto de absorción y compensación.
7. En cualquier caso durante toda la duración de la relación laboral la absorción y compensación se podrá llevar a cabo, por directa aplicación por la empresa, en su conjunto y en cómputo anual con el aumento salarial que se fije en la revisión periódica del salario establecido en convenio colectivo.
8. Aunque la empresa no haya utilizado la técnica de la compensación y absorción salarial en anteriores ocasiones, manteniendo el respeto de las situaciones personales después de este contrato que le permita la compensación y absorción salarial, ello no quiere decir que la misma se consolide definitivamente, perdiendo la empresa su facultad compensatoria, sino que la concurrencia queda reducida a la época de la vigencia del incremento que no se aplicará, sin que en modo alguno impida utilizarlo en ulteriores mejoras por revisiones del convenio colectivo, en cuyo caso bastará con su alegación al trabajador o fijación en la primera nómina sin justificar el tipo de razones que mueven a tal cambio de actitud. La posibilidad de utilizar dicha técnica legal siempre está abierta para la empresa aunque no haya sido utilizada en anualidades anteriores. Ahora bien, si decide aplicarla un año, deberá ser coincidente con la revisión salarial del convenio colectivo aplicable o del incremento del salario mínimo interprofesional.
9. La absorción y compensación se producirá, en su caso, una vez producida la revisión salarial anual y para ello se realizará una operación de comparación entre la nueva cifra establecida por el SMI, en el convenio o acuerdo colectivo y la que le corresponda percibir en virtud de su contrato o decisión de la empresa que haya mejorado su retribución, calculadas ambas en su conjunto o en cómputo anual, es decir se computaran, tanto en uno como en otro caso, las cantidades a que el trabajador tendría derecho por todos los conceptos a lo largo de un año.
10. Pues bien, si de la comparación resulta que el salario de convenio continúa sin sobrepasar el salario que realmente le corresponde percibir en virtud de su contrato o de cualquier mejora fijada por la empresa, así como del SMI, permaneciendo por debajo de él, esta última cifra no se deberá variar, quedando el incremento experimentado por el convenio colectivo absorbido por esta cifra superior, que podrá ser aplicada a cualquier concepto retributivo. Por el contrario, si de la comparación resulta que el salario de convenio finalmente ha

El/La trabajador/a

El/La representante de la empresa

El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL Trabajador :

sobrepasado la cuantía que le corresponde por contrato, en ese caso, sí se deberá proceder a incrementar la cifra de su salario hasta alcanzar la prevista como salario convenio. La revisión que procederá no tendrá por qué ser de la misma cuantía que la que ha experimentado el salario convenio, sino que la que corresponderá será por la diferencia existente entre las cuantías objeto de comparación, compensándose la diferencia. En el primer supuesto habrá operado la técnica de la absorción salarial; en el segundo caso la compensación salarial.

Sexta. Manuales de procedimiento.

El (la) trabajador(a) manifiesta que le ha sido entregada copia del manual de procedimientos de la empresa, que es conocedor del mismo que lo ha leído, entendido y se compromete a su cumplimiento, por lo cual cualquier incumplimiento del mismo, será considerado como motivo suficiente para proceder a determinar la sanción aplicable.

Séptima. Información sobre gestión de riesgos y salud laboral.

Conforme a lo establecido en el art. 18 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, y en función de las tareas que se realizan en la empresa unido a su contrato le hace entrega de la información referente a los riesgos para su seguridad y salud así como medidas preventivas e instrucciones aplicables a esos riesgos. Esta información se le entrega con el objeto de que conozca los riesgos de su puesto de trabajo y pueda desarrollar sus tareas con la mayor eficacia, utilizando los medios y medidas preventivas que la empresa pone a su disposición.

Octava. Compromiso de colaboración en la gestión de riesgos laborales y salud.

El (la) trabajador(a) se obliga a hacer uso de todas las medidas de seguridad e higiene en el trabajo, así como a comunicar por escrito a la dirección de la empresa cualquier defecto en las mismas. El (la) trabajador(a) reconoce estar informado sobre las características del lugar de trabajo para el que se le contrata, así como haber recibido el material y las instrucciones precisas sobre los medios de prevención de riesgos laborales y la formación específica inherentes a su lugar de trabajo. Al mismo tiempo manifiesta no tener ninguna limitación a nivel biológico, físico, etc., para su desarrollo. El (la) trabajador(a), en materia de prevención y seguridad e higiene en el trabajo deberá, cooperar con el empresario, formarse, cuidar de su propia seguridad y la de otros, según sus posibilidades y mediante el cumplimiento de las medidas de prevención que sean adoptadas, usar adecuadamente los equipos de trabajo, utilizar correctamente los medios y dispositivos de seguridad, comunicar los riesgos detectados y colaborar con la autoridad competente. El (la) trabajador(a) deberá, cumplir las órdenes e instrucciones del empresario en el ejercicio regular de sus facultades directivas y observar las medidas de seguridad de higiene que se adopten. El (la) trabajador(a), con arreglo a su formación y siguiendo las instrucciones del empresario debe utilizar y cuidar correctamente los equipos de protección individual facilitados por éste, colocarlos después de su utilización en el lugar indicado para ello e informar de inmediato a su superior jerárquico directo de cualquier defecto, anomalía o daño apreciado en el equipo individual utilizado que, a su juicio, pueda entrañar una pérdida de su eficacia protectora.

Novena. Remisión de información a la administración.

El (la) trabajador(a) autoriza desde este mismo momento que a la finalización de su relación laboral, se remita su certificado de empresa a través del sistema certfic@2 del Servicio Público de Empleo Estatal, como consecuencia de su intención de solicitar la prestación por desempleo.

Décima. Deber de secreto de información y confidencialidad.

1. En el curso de su empleo, el (la) trabajador(a) tendrá acceso a y adquirirá Información confidencial que la compañía ha provocado, creado, licenciado, patentado, desarrollado y mantenido en secreto a un gran coste. El (la) trabajador(a) comprende que la reputación y éxito continuado de la compañía requieren que el secreto de la Información confidencial se mantenga y salvaguarde.
2. Para estos efectos, información confidencial significa, entre otras:
 - Nombres y listados de clientes y posibles clientes, usuarios y abonados de los servicios de telecomunicaciones prestados por la compañía, nombre y listados de proveedores, necesidades, estructuras, organización, datos, perfiles, preferencias, idiosincrasias y cualquier otra información concerniente al negocio y a las operaciones de los clientes de la compañía.
 - Todas las aplicaciones, sistemas operativos, técnicas, métodos, procedimientos y contactos de la compañía, incluyendo instrumentos diagnósticos, dibujos, diseños, gráficos, planos, diagramas, películas, especificaciones y software.
 - La estructura de facturación, procedimientos y acuerdos de la compañía, y toda información financiera perteneciente a la compañía.
 - Cualquiera otros materiales e información concerniente al negocio de la compañía y a su conducta o forma de comportarse privada o confidencial, y que no es de general conocimiento para terceros.
3. El (la) trabajador(a) reconoce que la información confidencial es de la exclusiva propiedad de la compañía.
4. El/la trabajador/a manifiesta conocer los procedimientos de su puesto de trabajo, en cuanto al tratamiento, conservación y destrucción de datos personales y se compromete a su cumplimiento en los términos establecidos por la organización empresarial, en relación a la forma de ejecución del trabajo.
5. El (la) trabajador(a) no revelará ninguna información confidencial a persona o entidad alguna ni de otra forma usará cualquier información confidencial, tanto durante como después de su empleo en la compañía.
6. Al terminar su empleo el (la) trabajador(a) entregará a la compañía todos los documentos y materiales que contengan información confidencial, así como cualquier otra cosa en posesión o bajo el control de la el (la) trabajador(a) incluyendo, pero sin limitarse a, dibujos, récords, diagramas, libretas de teléfonos, notas, calendarios, agendas, disquetes, libros de notas, manuales, planos, bocetos, gráficos, material de aprendizaje, formularios en blanco y documentación técnica que de cualquier forma pertenezca al negocio de la compañía, bien haya sido proporcionado a el (la) trabajador(a) por la compañía o bien preparado o adquirido por el (la) trabajador(a) mientras estuvo empleado por la compañía. El (la) trabajador(a) no conservará ninguna copia de lo anterior.
7. El (la) trabajador(a) (a) acuerda abstenerse de realizar manifestaciones o comentarios a terceros de naturaleza difamatoria o que pueda desprestigiar o desacreditar a la compañía o a sus empleados, administradores o productos, tanto durante como después del empleo con la compañía, excepto que obstaculice el derecho de tutela judicial efectiva.
8. El (la) trabajador(a) (a) no realizará llamadas telefónicas privadas durante la jornada laboral y desde los teléfonos de la compañía, salvo en caso de suma necesidad y con permiso del responsable del departamento.
9. Queda terminantemente prohibido el empleo de teléfonos móviles particulares dentro del horario de trabajo, salvo los de la empresa y con autorización de la misma.
10. Queda igualmente prohibido que el empleado/a realice operaciones de compra-venta, comerciales o de intermediación en perjuicio de la empresa durante y tras la finalización de su relación laboral, utilizado o usando la información, datos o documentos generados durante su relación laboral, implicando que la información, datos o documentos obtenidos de su empleadora o empresa vinculada le reporten beneficios personales o a otras personas físicas o jurídicas con las que tuviera vínculos o con las que pueda tenerlos tras finalizar la relación laboral con su empleadora.

Undécima. Declaración de percibo de prestaciones o ayudas públicas.

El/La trabajador/a

El/La representante de la empresa

El/La representante legal del/de la menor, si procede



MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Empresa : EMPRESA PRUEBAS LABORAL Trabajador :

- comunicaciones, cuando esté así previsto. En el caso de contraseñas cumplir lo recogido en la normativa, especialmente en cuanto a asignación, sintaxis, distribución y almacenamiento de las mismas, así como el cambio con la periodicidad que se determine.
- g) No utilizar el correo electrónico u otros medios de comunicación interna o con el exterior para transmitir mensajes que contengan o lleven adjuntos datos de carácter personal que por sus características, volumen o destinatarios puedan poner en peligro la confidencialidad o la integridad de los datos.
 - h) No realizar transferencias de ficheros con datos de carácter personal entre sistemas o descargas en equipos salvo en los casos expresamente autorizados, y protegiendo después los contenidos para evitar difusiones o copias no autorizadas.
 - i) Dirigir a impresoras protegidas los listados que contengan datos de carácter personal que requieran protección, y recogerlos con celeridad para evitar su difusión, copia o sustracción.
 - j) No sacar equipos o soportes de las instalaciones sin la autorización necesaria, y en todo caso con los controles que se hayan establecido.
 - k) Proteger los datos personales de la entidad que excepcionalmente tuvieran que almacenar o usarse fuera del lugar de trabajo: en clientes, en el propio domicilio o en otras instalaciones alternativas tanto en sistemas fijos como en portátiles.
 - l) Salir de los ordenadores personales o terminales cuando vaya a estar ausente de su puesto durante un tiempo superior al fijado en los procedimientos para cada caso, de modo que el sistema le pida alguna clave.
 - m) Entregar cuando se le requiera por la Dirección, y especialmente cuando vaya a causar baja en la entidad, las llaves, claves, tarjetas de identificación, material, documentación, equipos, contraseñas y cuando activos sean propiedad de la entidad.
 - n) A cumplir y hacer cumplir en el ámbito de mi responsabilidad las medidas, normales y procedimientos de seguridad de la empresa.
 - o) A poner en conocimiento del Responsable de Seguridad las alteraciones respecto a las medidas de seguridad de las que tenga conocimiento.

Y para que conste, se extiende este contrato por triplicado ejemplar en el lugar y fecha a continuación indicados, firmando las partes interesadas.

En VINAROS, a 01 de ENERO del 2020

Ei/La trabajador/a

Ei/La representante de la empresa

Ei/La representante legal del/de la menor, si procede