

# PROYECTO EMPRESARIAL

## 1.- IDEA DE NEGOCIO

- A) Nombre del proyecto
- B) Ubicación prevista
- C) Breve descripción d la actividad a realizar, singularidad del proyecto y ámbito geográfico del mercado previsto. Público Objetivo
- D) Tipología de los productos / servicios a ofrecer, tipología de los clientes finales (pares producto / mercado).
- E) Canal de distribución (en su caso)
- F) Promotores del proyecto, perfil
- G) Volumen de inversión prevista
- H) Creación de empleo previsto.

## 2.- ANTECEDENTES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

### 2.1.- ORIGEN DEL PROYECTO

Motivos que le han llevado a plantearse la creación de su empresa

### 2.2.- ANTECEDENTES DE LOS SOCIOS EN RELACIÓN AL PROYECTO

---

## 3.- ENTORNO GENERAL

3.1.- BREVE EXPLICACIÓN DE LOS FACTORES DEL ENTORNO QUE VAN A AFECTAR DE FORMA MÁS ACUSADA AL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA. ANÁLISIS PESTEL, FACTORES:

- 1 POLÍTICOS
- 2 ECONÓMICOS
- 3 SOCIALES
- 4 TECNOLÓGICOS
- 5 ECOLÓGICOS
- 6 LEGALES

### 3.2.- TEXT DE FACTORES DEL ENTORNO

## 4.- ENTORNO ESPECÍFICO

### 4.1.- PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

1. ESTRATEGIA EMPRESARIAL A LLEVAR A CABO.

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN DIFERENCIACIÓN

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTES

ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

2. FACTORES CLAVE DEL ÉXITO QUE FUNDAMENTAN LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA.

### 4.2.- ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL ENTORNO SEGÚN PORTER

1. INTRODUCCIÓN
2. RIVALIDAD EXISTENTEN ENTRE COMPETIDORES ACTUALES
3. PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES
4. PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES
5. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS
6. POSIBLES ENTRANTES
7. CONCLUSIÓN

### 4.3.- DAFO

1. INTRODUCCIÓN
2. DEBILIDADES
3. AMENAZAS
4. FORTALEZAS
5. OPORTUNIDADES
6. CONCLUSIÓN

### 4.4 ANÁLISIS CAME

- 1 CORREGIR
- 2 AFRONTAR
- 3 MANTENER
- 4 EXPLORAR

### 4.5.- ANÁLISIS CANVAS

### 4.6 - ESTUDIO DE RECURSOS

## 5.- DESARROLLO DEL PRODUCTO / SERVICIO

### 5.1.- PRODUCTO. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### 5.2- PROCEDIMIENTOS PRODUCTIVOS

- 5.2.1- Formas de aprovisionamiento de materias primas o mercaderías.
- 5.2.2.- Fases de proceso productivo.
- 5.2.3.- Coste Unitario. *Cuantifica los costes indicados en los apartados anteriores (costes de aprovisionamiento, fabricación y subcontratación).*
- 5.2.4.- Capacidad productiva. Dimensión óptima.
- 5.2.5.- Almacenamiento.
- 5.2.6.- Subcontratación.

### 5.3.\_ CALIDAD

### 5.4 \_INNOVACIÓN

Elementos innovadores que ha incorporado la empresa.

PROTECCIÓN LEGAL.

REGISTRO DE MARCAS  
PATENTES

## 6.- INSTALACIONES Y LOGÍSTICA

### 6.1.- UBICACIÓN GEOGRÁFICA

- 6.1.1.- Accesibilidad.
- 6.1.2.- Coste del transporte

### 6.2.- CROQUIS INSTALACIONES

### 6.3.- INVERSIONES, FASES.

6.3.0.- Compra o alquiler.

6.3.1.- Maquinaria, elementos de transporte, mobiliario, herramientas.

### 6.4.- PROCEDIMIENTOS LOGÍSTICOS

## 7.\_ RECURSOS HUMANOS.

### 7.1.\_ SEGUROS SOCIALES EMPRESA Y AUTÓNOMO.

### 7.2.\_ TRÁMITES EN EL DEPARTAMENTO DE TRABAJO DE LA DGA

### 7.3.-MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE

### 7.4.\_ ELABORA EL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA. [ORGANIZACIÓN](#)

### 7.5.\_POLÍTICA RETRIBUTIVA

### 7.6.\_CONTRATACIÓN

### 7.7.\_SEGRUOS SOCIALES TRABAJADOR

### 7.9.- [MOTIVACIÓN](#).

### 7.10.-PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL, de cara a su cualificación profesional.

### 7.11.- CÁLCULO DE COSTES LABORALES.

### 7.12.\_PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO

## 8.- ASPECTOS LEGALES Y TRÁMITES

### 8.1.- ASPECTOS SOCIETARIOS

- 8.1.1.- Razón Social
- 8.1.2.- Forma jurídica

8.1.3.- Capital Social

8.1.4.- Fecha prevista de la constitución

### 8.2.- TRÁMITES CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

	Generales	Específicos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Demográficos: sexo, edad...</li> <li>— Socioeconómicos: renta, ocupación, etc.</li> <li>— Geográficos: región, hábitat, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Estructura de consumo (grande, mediano, etc.).</li> <li>— Uso del producto.</li> <li>— Fidelidad/lealtad a la marca/empresa.</li> <li>— Tipo de compra: primera o repetición.</li> <li>— Situaciones de compra.</li> <li>— Lugar de compra.</li> </ul>
Subjetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Personalidad (liderazgo, autoridad, autonomía).</li> <li>— Estilos de vida (centros de interés, opiniones, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Ventaja/beneficio buscado.</li> <li>— Actitudes.</li> <li>— Percepciones.</li> <li>— Preferencias.</li> </ul>

## 9.- PLAN DE MARKETING

### 9.1.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 9.1.1.- IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

##### 1. MERCADO A NIVEL DEL CLIENTE FINAL

IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES (Número, Sexo, Edad, Profesión, Localización, Nivel de renta, Hábitos, ...)

Si es una empresa ( Tipo de empresa, tamaño, actividad, ...)

##### 2. MERCADO A NIVEL DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

##### 3. MERCADO A NIVEL DE PRESCRIPTORES

#### 9.1.2.- FASES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
2. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN
3. TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS
4. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y PRESENTACIÓN DE CONCLUSIONES

9.2.-SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. una vez hemos determinado cual es nuestro público objetivo (apartado 2.1.2.) Ahora es el momento de cuantificar este público en un ámbito geográfico determinado (por ejemplo: la población masculina de más de 14 años en Mollet del Vallès). También hemos de estudiar la evolución de nuestro público objetivo a partir de las variables dimensión y pautas de consumo.

9.2.1.-Dimensión. *Cuantifica y valora la evolución de nuestro público objetivo.*

#### 9.2.2.-Evolución

9.3.- PRODUCTO ¿Se ajusta a lo que demanda el consumidor potencial según lo obtenido en la investigación de Mercado?

#### 9.3.1.- MARCA (Logotipos y manual de estilo de uso)

#### 9.3.2.- DEMANDA. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, ESTACIONALIDAD

9.3.3.- ENVASES Y EMBALAJES Describa la presentación del producto.

- Envoltorio (diseño, tipo, tamaño, color, resistencia, etc.)
- Imagen (forma, característica, marca, logotipo)
- Embalaje (diseño, forma, tipo, tamaño, color, resistencia, etc.)

#### 9.3.4.- GAMA

#### 9.3.5.- GARANTÍA

#### 9.3.6.- SERVICIO POST-VENTA

#### 9.3.7.- ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

PRODUCTO	ESENCIALES	atributos físicos que constituyen el producto básico
	FORMALES	marca, diseño, envases, calidad, tamaño
TOTAL	AMPLIADOS (no PAU)	servicio post-venta, garantía, financiación, instalación



Figura 9.1. Niveles del concepto de producto. (FUENTE: Adaptado de Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 6.ª ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Nueva Jersey, 1999, p. 122)

## 9.4.- PRECIO

*Determina cómo fijará tu empresa los precios de los productos y si establecerás alguna política de descuentos. Establece las condiciones de cobro.*

- 9.4.1.- PRECIO DE VENTA ¿Existen restricciones legales?
- 9.4.2.- DESCUENTOS, REBAJAS
- 9.4.3.- BONIFICACIONES
- 9.4.4.- POLÍTICA CREDITICIA
- 9.4.5.- DIFERENCIACIÓN DE TARIFAS EN FUNCIÓN DE: CLIENTES, HORARIOS, SERVICIOS,....

**9.5.- DISTRIBUCIÓN**

*Determina cómo se distribuye el producto, si se hace directamente o mediante intermediarios. En este último caso, determina el número de intermediarios y las funciones que realizan.*  
**CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

- 9.5.1.- LOCALIZACIÓN
- 9.5.2.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN (Enumeración, periodicidad y forma de pago)
- 9.5.3.- PUNTOS DE VENTA
- 9.5.4.- ALMACENES
- 9.5.5.- MEDIOS DE TRANSPORTE
- 9.5.6.- INTERNACIONALIZACIÓN
- 9.5.7.- FRANQUICIA
- 9.5.8.- VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET

**9.6.- PROMOCIÓN**

- 9.6.1.- VENTA PERSONAL
- 9.6.2.- PUBLICIDAD
- 9.6.3.- RELACIONES PÚBLICAS
- 9.6.4.- PROMOCIÓN DE VENTAS
- 9.6.5.- MERCHANDISING

**9.7.- VENTA ON LINE**

9.8

<b>PRESUPUESTO DE MARKETING</b>		
Concepto	Coste (durante año 0)	Coste (durante año 1)
<b>PUBLICIDAD</b> Prensa, Radio, Televisión, Revistas especializadas, otros...		
<b>PROMOCIÓN DE VENTAS</b> Tarjetas visita, bolsas, etiquetas comerciales, otros...		
<b>RELACIONES PUBLICAS</b>		
<b>FERIAS Y EXPOSICIONES</b>		
<b>OTROS</b>		

**10.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD EL PROYECTO**

**10.1.- INVERSIONES. FINANCIACIÓN**

**10.2.- PLAN DE FINANCIACIÓN**

**10.2.1. - CUADROS DE AMORTIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS**

**10.3.- CUENTA DE EXPLOTACIÓN**

**10.3.1.- Política de aplicación del presupuesto.**

**10.4.- PRESUPUESTOS DE TERSORERÍA**

**10.5.- BALANCES FINALES**

**10.6.- UMBRAL DE RENTABILIDAD**

11.- CALENDARIO DE PUESTA EN MARCHA

12.- EVALUACIÓN FINAL

PROYECTO INICIAL DE INVERSIONES					
A.1 TERRENOS Y URBANIZ.	A	B	C	TOTAL AÑO	%
Terrenos					
Escrituras					
Accesos					
Acometida de Agua					
“ de Teléfono					
“ de E.Eléctrica					
“ Otras					
Plan especial					
Arbolado y Jardinería					
A.2 EDIFICACIONES					
Coste Proyecto Arquitecto					
Coste Proyecto InstalaciónArquitecto					
Licencia Municipal					
Coste Construcción Edificio					
Aparcamientos					
A.3 EQUIPOS, INSTALACIONES :					
Maquinaria de proceso					
Utillajes					
Máquinas/Herramientas					
Elementos de Transporte					
A.4 MOBILIARIO					
Muebles y Enseres					
Equipos Informáticos					
Equipos de oficina					
Encuadernadora					
Fotocopiadora					
Fax					
Otros					
A.5 OTRO INMOVILIZADO					
Concesiones administrativas					
Propiedad Industrial					
Derechos de Traspaso					
Depósitos					
A.6 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA, CONSTITUCIÓN Y PRIMER ESTABLECIMIENTO					
Viajes previos					
Gastos Const. Sociedad					
Licencia de apertura					
Imagen					
Publicidad /Propaganda					
A.7 DISPOSICIÓN PARA MANIOBRA					
Materias Primas					
Provisión de Fondos					
TOTAL "A" INVERSIONES					

## 10.2.- PLAN DE FINANCIACIÓN

<b>B. PLAN DE FINANCIACIÓN</b>					
<b>B.1 RECURSOS PROPIOS</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>TOTAL AÑO</b>	<b>%</b>
Capitalización/Dinero					
Materias Primas					
Ampliación Capital					
Terrenos					
Construcciones					
Maquinaria					
Propiedad Industrial					
Otros					
<b>B.2 RECURSOS AJENOS</b>					
Subvenciones/inversión					
Préstamos E. Financiera					
Créditos E. Financiera					
Leasing					
Préstamos de Socios					
Otros					
<b>TOTAL "B" RECURSOS</b>					

## 10.2.1. - CUADROS DE AMORTIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

## 10.3.- CUENTA DE EXPLOTACIÓN

10.3.1.- Política de aplicación del presupuesto.

<b>D. PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS</b>					
<b>D.1 INGRESOS</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>TOTAL AÑO</b>	<b>%</b>
Venta de Mercaderías					
Prestación de Servicios					
Ingresos Arrendamientos					
Ingresos Comisiones					
Ingresos Financieros					
Otros ingresos de gestión					
Subv. Explotación					
Subv. Capital					
<b>TOTAL INGRESOS</b>					
<b>D.2 GASTOS VARIABLES</b>					
Consumo Materias Primas					
Consumo Fungibles/prod.					
Subcontrataciones					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Pago Colaboradores					
comisiones/Ventas					
Transportes					
Otros Gastos Variables					
<b>TOTAL GASTOS VABLES(G-1)</b>					
<b>MARGEN BRUTO:</b>					

<b>PORCENTAJE/INGRESOS</b>	<b>%</b>
----------------------------	----------

<b>D.3 GASTOS FIJOS</b>					
<b>M. OBRA INDIRECTA-FIJA</b>					%
Retribución propia					
Seguro Autónomos					
Salarios del Personal					
Seg. Social (c/Emp)					
<b>ALQUILERES</b>					%
<b>SERV. PROFESIONALES</b>					%
Asesoría Externa					
Limpieza (Subcontrat.)					
<b>REPARACIONES</b>					%
Mantenimiento/Conservación					
<b>SUMINISTROS</b>					%
Energía Eléctrica					
Agua					
Gas					
Teléfono					
Otros					
<b>TRANSPORTES</b>					%
s/Compras, s/Ventas					
<b>PRIMAS DE SEGUROS</b>					%
<b>PROPAGANDA</b>					%
Publicidad					
Relaciones Públicas					
<b>OTROS SERVICIOS</b>					%
<b>TRIBUTOS</b>					%
<b>GASTOS DIVERSOS</b>					%
<b>DOT. AMORTIZACIONES</b>					%
De Inmovilizado Material					
De Inmovilizado Inmaterial					
De Gastos de Constitución					
<b>TOTAL GASTOS FIJOS (G-2)</b>					%
<b>BENEFICIO A.I.I. :</b> (Margen Bruto -Total de gastos fijos)					
	<b>PORCENTAJE/INGRESOS</b>				%
<b>GASTOS FINANCIEROS (G-3)</b>					
<b>TOTAL GASTOS (G1+G2+G3)</b>					%
<b>BENEFICIOS A.I. :</b> (B.A.I.I. - Gtos Financieros (G-3))					
	<b>PORCENTAJE/INGRESOS</b>				%
<b>TOTAL IMPUESTOS/ BENEFICIOS</b>					%
<b>BENEFICIO NETO. :</b> (B.A.I. - Impuesto/Beneficio)					
	<b>PORCENTAJE/INGRESOS</b>				%
<b>UMBRAL DE RENTABILIDAD:</b>					

El UMBRAL DE RENTABILIDAD es la cifra de ventas a partir de la cual se obtienen beneficios.

Su cálculo es como sigue:

$$\text{U.R.} = \frac{\text{Gtos. Fijos} + \text{Gtos. Financieros}}{(\text{Ingresos} - \text{Gastos Variables}) / \text{Ingresos}}$$

U.R. =

10.4.- PRESUPUESTOS DE TERSORERÍA

<b>C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "A" (PRIMERO)</b>					
<b>C.1 COBROS</b>	<b>MES 01</b>	<b>MES 02</b>	<b>MES 03</b>	<b>MES 04</b>	<b>CTRM."A"</b>
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
<b>TOTAL COBROS</b>					
<b>C.2 PAGOS</b>	<b>MES 01</b>	<b>MES 02</b>	<b>MES 03</b>	<b>MES 04</b>	<b>CTRM."A"</b>
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Manten.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Int. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
<b>TOTAL PAGOS</b>					
<b>C.3 SALDOS</b>					
<b>DIF.: PAGOS-COBROS</b>					
<b>SALDO ANTERIOR</b>					
<b>SALDO ACUMULADO</b>					

<b>C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "B" (SEGUNDO)</b>					
<b>C.1 COBROS</b>	<b>MES 05</b>	<b>MES 06</b>	<b>MES 07</b>	<b>MES 08</b>	<b>CTRM."B"</b>
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
<b>TOTAL COBROS</b>					
<b>C.2 PAGOS</b>	<b>MES 05</b>	<b>MES 06</b>	<b>MES 07</b>	<b>MES 08</b>	<b>CTRM."B"</b>
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Mant.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Inters. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
<b>TOTAL PAGOS</b>					
<b>C.3 SALDOS</b>					
<b>DIF.: PAGOS-COBROS</b>					
<b>SALDO ANTERIOR</b>					
<b>SALDO ACUMULADO</b>					

<b>C. PREVISIÓN DE TESORERÍA. CUATRIMESTRE "C" (TERCERO)</b>					
<b>C.1 COBROS</b>	<b>MES 09</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>CTRM."C"</b>
Disposición Dineraria					
Por Ventas					
Por otros Servicios					
De Subvenciones					
Otros					
<b>TOTAL COBROS</b>					
<b>C.2 PAGOS</b>	<b>MES 09</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>CTRM."C"</b>
Proveedores					
Sueldos y Salarios					
Seguridad Social					
Comisiones					
Alquileres					
Servs. Profs. Exteriores					
Reparaciones y Mant.					
Suministros: Agua, Luz, Tfno.					
Gastos de Transportes					
Primas de Seguros					
Publicidad/Promociones					
Impuestos, Tasas, Tributos					
Otros Pagos Diversos					
Pagos por Inversiones					
Inters. Créditos/ Gtos. Fros.					
Dev. Créditos					
<b>TOTAL PAGOS</b>					
<b>C.3 SALDOS</b>					
<b>DIF.: PAGOS-COBROS</b>					
<b>SALDO ANTERIOR</b>					
<b>SALDO ACUMULADO</b>					

## BALANCE PREVISIONAL

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3			
1												
2	<b>ACTIVO</b>					<b>NETO Y PASIVO</b>						
3												
4	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	0	0	0		<b>NETO</b>	0	0	0			
5												
6	<b>INMOVILIZADO INTANGIBLE</b>	0	0	0		Capital social						
7	Propiedad industrial (patentes)					Reservas						
8	Aplicaciones informáticas (software)					Resultados del ejercicio						
9	Amortización Acumulada											
10												
11	<b>INMOVILIZADO MATERIAL</b>	0	0	0		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	0	0	0			
12	Terrenos y bienes naturales											
13	Construcciones					Deudas a L/P con entidades de crédito						
14	Instalaciones técnicas					Proveedores de inmovilizado a L/P						
15	Maquinaria					Efectos a pagar a largo plazo						
16	Utillaje											
17	Mobiliario											
18	Equipos para proceso información											
19	Elementos de transporte											
20	Amortización acumulada											
21												
22	<b>INVERSIONES FINANCIERAS</b>	0	0	0								
23	Inversiones financieras a largo plazo											
24	Créditos a largo plazo											
25												
26	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	0	0	0		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	0	0	0			
27												
28	<b>EXISTENCIAS</b>	0	0	0		Proveedores						
29	Mercaderías					Acreedores por prestación servicios						
30	Materias primas					Hacienda Pública acreedora						
31	Productos terminados					Seguridad Social acreedora						
32						Deudas C/P con entidades de crédito						
33	<b>REALIZABLE</b>	0	0	0		Proveedores de inmovilizado a C/P						
34	Clientes											
35	Deudores											
36	Inversiones financieras temporales											
37	Créditos a corto plazo											
38												
39	<b>DISPONIBLE</b>	0	0	0								
40	Banco c/c											
41	Caja											
42												
43	<b>TOTAL ACTIVO</b>	0	0	0		<b>TOTAL NETO Y PASIVO</b>	0	0	0			
44												
45												
46												

## VALOR ACTUAL NETO

$$VA = \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \frac{Q_3}{(1+k)^3} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

- VA = Valor actual de los flujos de caja acumulados de una inversión.  
 A = Desembolso inicial requerido por la inversión.  
 $Q_t$  = Flujos netos de caja de cada período.  
 k = Tipo de actualización o descuento aplicable (en tanto por uno).