



#plandenegocio

**fabricación de
envases sostenibles**

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	7
3.1. Perfil de la persona promotora 1	7
3.2. Perfil de la persona promotora 2	7
3.3. Perfil de la persona promotora 3	7
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	9
4.1. Características de la oferta.....	9
4.2. Aspectos Diferenciales	10
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface.....	11
4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca.....	12
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	13
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado.....	13
5.2. Análisis del entorno	15
5.3. Análisis de la demanda	19
5.4. Análisis de la competencia	21
6. PLAN DE MARKETING.....	24
6.1. Establecimiento de precios.....	24
6.2. Canales de distribución	25
6.3. Comunicación y promoción	26
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	28
7.1. Recursos físicos	28
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones.....	28
7.1.2. Equipamiento.....	28
7.1.3. Desarrollo productivo	29
7.2. Recursos humanos	31
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa	31
7.2.2. Descripción de puestos de trabajo.	31
7.2.3. Gestión de los Recursos Humanos	32
7.3. Forma Jurídica	33
8. ANÁLISIS DAFO.....	34
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO	38

9.1. Inversión inicial.....	38
9.1.1. Activo no corriente	38
9.1.2. Activo corriente	39
9.2. Fuentes de financiación.....	41
9.3. Previsiones de ingresos	42
9.4. Costes de producción.....	44
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal	45
9.6. Previsión de tesorería.....	48
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios	49
10. PLAN DE ACCIÓN	53
10.1. Planificación de actividades.....	53
10.2. Guía de trámites.....	55
11. MAPA DE ACTIVIDAD	79

1. Resumen ejecutivo

El principal objetivo de la empresa es la protección del medio ambiente a través de la elaboración de envases sostenibles a partir del mimbre.

El negocio se centra, por tanto, en la puesta en marcha de un taller de elaboración de cestas y expositores manufacturados con mimbre, con la idea de generar envases sostenibles destinados a la alimentación ecológica y, de esta forma, preservar la coherencia del concepto ecológico aunando las características del continente y el contenido.

Los productos que ofrece la empresa son:

- Cestas de tres tamaños diferentes, que se pueden emplear como cestas de compra o como cestas de regalo.
- Expositores de pan y otros productos.
- Visitas culturales al taller enfocadas principalmente a colegios, institutos, asociaciones de ancianos, etc.
- Talleres de formación en elaboración de cestería.

Se estudia en un futuro ampliar la oferta de productos a otros envases ecológicos como pueden ser las bolsas de plástico biodegradable, bolsas de tela, bolsas de papel, envases de cartón reciclado, etc.

La principal demanda de la empresa, en lo que se refiere a la venta de cestas y expositores, la componen minoristas y tiendas especializadas en la comercialización de productos ecológicos, y mayoristas y grandes superficies que incluyen entre su gama de productos una sección para productos ecológicos.

Por otro lado, la demanda de visitas culturales estará compuesta por colectivos tales como colegios e institutos, asociaciones de la tercera edad y por agencias de viajes. Los cursos de cestería irán orientados a la población en general.

El equipo emprendedor está formado por tres personas que deciden unirse para formar una Sociedad Limitada Laboral. Dos de las personas promotoras del negocio tienen más de 50 años y cuentan con amplia experiencia en talleres de artesanía de mimbre. La tercera persona promotora del negocio tiene 30 años y cuenta con menos experiencia en el sector, pero con muchas ganas de aprender.

Se diferencian tres áreas dentro de este negocio:

- Área de gerencia y comercial, que comprende las actividades de dirección y administración de la empresa, así como las labores comerciales.
- Área de producción, que incluye las tareas de elaboración de los productos.
- Área de servicios, que se basa en la gestión de las visitas al taller y coordinación de las actividades formativas.

La empresa estará ubicada en una nave de un polígono industrial y contará con 100 m² divididos en: una oficina y zona de visita, donde se atenderá a la clientela y se recogerán las diferentes demandas de servicios; la zona de trabajo en la que los/as artesanos/as confeccionarán las cestas y expositores de mimbre; el almacén en el que se guardarán las herramientas, materias primas y existencias; y, por último, los aseos higiénicos-sanitarios.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere **una inversión inicial de 25.265 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 45.000 €, que serán en su totalidad aportados por el equipo emprendedor en forma de capital social de la empresa. Durante el **segundo año**, momento en que el proyecto estará en pleno funcionamiento y comenzará a ser rentable, el **resultado esperado antes de intereses y de impuestos (BAII) será de 5.503,66 €**. En el quinto año el **BAII alcanzará los 29.919,27 €**. El punto de equilibrio se consigue en el año 2, con un volumen de ingresos de 70.219,45 €.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

Este negocio se va a centrar en el desarrollo de un producto de origen vegetal: el mimbre. A día de hoy el mimbre es un material sostenible que, gracias a la actual conciencia generalizada con el medio ambiente, está retomando la fuerza que en antaño tuvo.

El sector de los envases ecológicos, al igual que el sector de los alimentos ecológicos, favorece la sostenibilidad del medio rural y protege el entorno medioambiental.

La alimentación ecológica está teniendo un ritmo de crecimiento del 8,5% con respecto al año anterior a nivel mundial (años 2008-2009). Según la IFOAM el crecimiento medio ha aumentado de forma conjunta en todos los continentes.

Este hecho se explica en parte, porque cada vez son más las personas preocupadas por su compromiso con la sostenibilidad y sensibilizadas con el medioambiente. Por ello, se está conformando una demanda importante de productos respetuosos con el medioambiente.

Se estima que en los próximos años, esta demanda se incremente a la par que se consolida el conocimiento por parte de la población de los beneficios de los productos ecológicos.

Es por ello que se pretende aprovechar esta oportunidad que representa un sector emergente, como es el medioambiental, a través de una iniciativa empresarial original, novedosa y apasionante.

3. Equipo emprendedor

Las personas que deciden poner en marcha este negocio son tres y se constituirán en la modalidad de Sociedad Limitada Laboral.

3.1. Perfil de la persona promotora 1

Se trata de una persona de 60 años y natural de Extremadura.

Aunque no tiene formación profesional, ha trabajado durante 40 años en un taller artesano de elaboración de cestas en la que continuaba con la tradición familiar, situado en la localidad extremeña de Montehermoso.

En cuanto a las características personales, se trata de una persona abierta, con habilidades sociales, con iniciativa, capacidad de motivar y capacidad de decisión.

3.2. Perfil de la persona promotora 2

El/la promotor/a 2 es una persona de 50 años y natural de Extremadura.

No tiene formación profesional, pero cuenta con 30 años de experiencia en un taller artesano de elaboración de cestas de mimbre en la localidad extremeña de Montehermoso, al igual que la persona promotora número uno.

En cuanto a sus habilidades personales, se trata de una persona creativa, paciente y con un gran sentido artístico.

3.3. Perfil de la persona promotora 3

Se trata de una persona joven, de 30 años y natural de Extremadura.

Posee la titulación de formación profesional de grado medio en jardinería y floristería, y ha trabajado durante 5 años en el sector.

Posteriormente, debido a la falta de puestos de trabajo en este campo, ha decidido aprender una nueva profesión y conseguir así una nueva salida profesional.

Por ello, ha estado trabajando como aprendiz durante dos años en un taller de elaboración de piezas de artesanía para turistas, entre ellos las cestas de mimbre.

En cuanto a sus habilidades personales, se trata de una persona con gran sentido de la responsabilidad y resiliencia.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La actividad de la empresa se centrará en la fabricación de “envases” cuya materia prima se obtendrá del mimbre. En un principio la empresa destinará sus servicios a la fabricación de cestas.

La idea original se centra en comercializar los envases a todos aquellos comercios que sirvan productos ecológicos y a aquellos que expongan sus productos en su superficie comercial.

Resulta incoherente que para el envasado y el transporte de los productos ecológicos se utilicen materiales que no sólo no respetan el medio ambiente, sino que lo dañan.

Las utilidades que tendrán los productos que va a comercializar esta empresa son las siguientes:

- Cestas de compra. Se emplearán para transportar los productos que los/as clientes/as quieran adquirir mientras que estén realizando la compra.
- Cestas de regalo. Las tiendas podrán confeccionar paquetes de productos con las cestas como soporte para regalo. Especialmente se dará este uso a las cestas en la campaña de Navidad, de San Valentín, etc.
- Expositores de pan y otros productos. Soportes para productos ecológicos, que los hacen más visibles y atractivos para la clientela.

Además de los anteriores productos, se ofrecerán dos servicios:

- Servicio de visitas a la empresa para disfrutar de la vivencia en directo de la manufactura del mimbre y optar por la adquisición de alguno de los productos de la empresa como recuerdo de la visita. Los grupos serán de 15 personas.
- Servicio de formación, a través de la puesta en marcha de talleres de elaboración de cestos los días en los que la fábrica estará cerrada, esto es, fines de semana. Se impartirán grupos de 10 personas las tardes de los viernes y las mañanas de los sábados.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca

Las cuestiones de propiedad industrial o intelectual que puedan suscitarse serán aquellas relacionadas con la gestión de la actividad como el uso de determinados programas de gestión informáticos o el uso de alguna de las marcas propias de la región o la organización a través de franquicias o modelos patentados.

En principio, no es requerido en este negocio.

5. Análisis del mercado

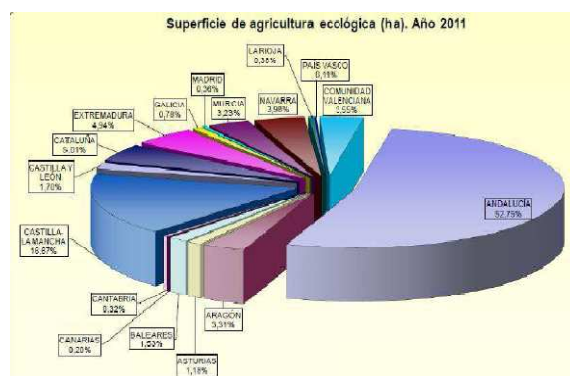
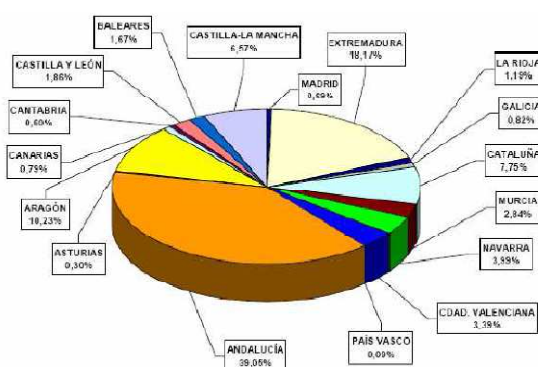
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

Para estudiar la evolución del mercado, se hace imprescindible realizar un análisis de la alimentación ecológica en los últimos años.

La producción ecológica responde a una demanda moderna de productos naturales por parte de los/as consumidores/as. El mercado mundial de estos productos ha crecido ininterrumpidamente en los últimos años y se prevé que siga con un crecimiento ascendente, gracias a consumidores/as cada día más concienciados/as con su salud, con el medio ambiente y más exigentes con las empresas productoras.

Según el estudio del tejido empresarial en la Eurozona en la cadena de valor de la Alimentación Ecológica (Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura), “el valor estimado de la comercialización en origen de productos ecológicos en España ha crecido continuamente en la última década, hasta situarse en los 800 millones de euros en el año 2011”.

Sin embargo, este incremento de la comercialización no se ve correspondido con la superficie dedicada a agricultura ecológica en Extremadura. Como se puede observar en los siguientes gráficos, en Extremadura el porcentaje ha disminuido de más de un 18% en 2003 a casi un 5% en 2011.



Distribución superficie en producción ecológica en España por CCAA, 2003 y 2011. Fuente: Estudio del tejido empresarial en la Eurozona en la cadena de valor de la Alimentación Ecológica (Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura)8

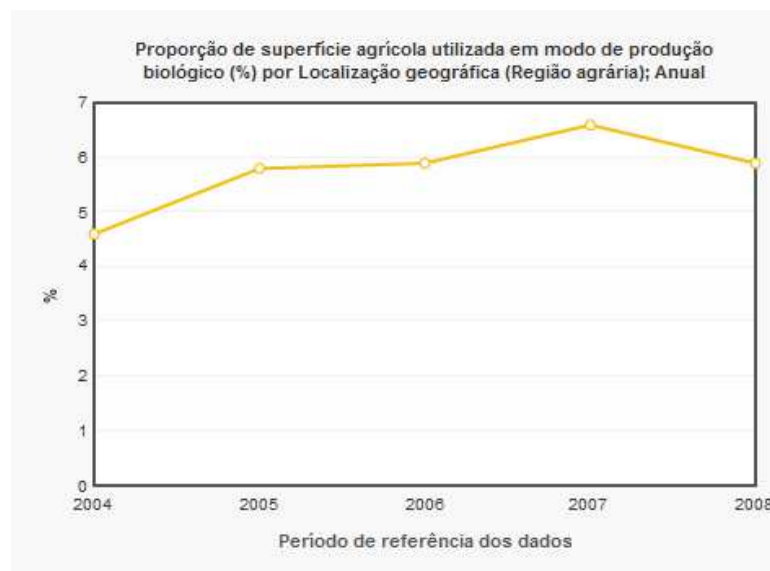
En Portugal, los datos más recientes que se obtienen del Instituto Nacional de Estadística de Portugal sobre la superficie agraria destinada a agricultura ecológica, datan de 2008.

Localización geográfica (Región agraria)	Proporción de superficie agrícola utilizada en modo de producción biológico (%) por Localización geográfica (Región agraria); Anual
	Período de referencia dos datos
	2008
	%
CONTINENTE	5,9
Entre Douro e Minho	0,9
Trás-os-Montes	2,3
Beira Litoral	0,3
Beira Interior	14,4
Ribatejo e Oeste	3,9
Alentejo	7,1
Algarve	0,5

Proporción de superficie agrícola utilizada en modo de producción biológico (%) por Localización geográfica (Región agraria); Anual - INE, Estadísticas dos Indicadores Agro-Ambientales

En lo que se refiere a la península de Portugal, la producción ecológica supone un 5'9% sobre la producción agraria convencional.

Aunque en general la evolución ha sido creciente, lo cierto es que en el último año la superficie dedicada a producción ecológica ha disminuido, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico:



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

5.2. Análisis del entorno

El entorno en el que se va a desenvolver la empresa se ve reforzado por la cantidad y diversidad de recursos naturales que existen en la zona EUROACE.

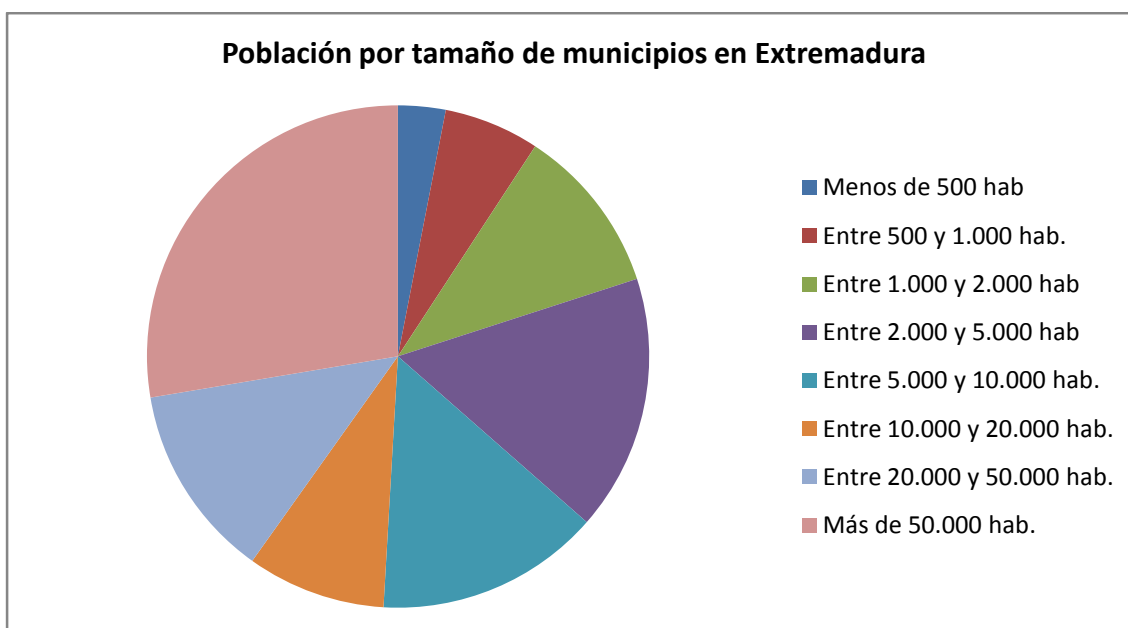
El territorio de la EUROACE se extiende al espacio geográfico de las regiones de Alentejo y Centro de Portugal y a la comunidad autónoma de Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 Km² con 3.388.563 de residentes (6% de la población peninsular). Según la el Informe “Una estrategia para la Eurorregión Alentejo-Centro-Extremadura. EUROACE 2020.”, esta eurozona se caracteriza por ser un territorio eminentemente rural debido por un lado al peso del sector agrario en la estructura productiva regional y a la extensión del territorio con usos agrícolas y forestales, y por otro, al peso de la población residente en las zonas rurales. Además, la agricultura e industria agroalimentaria se identifican como sectores estratégicos. El peso de los sectores agrario y forestal se hace patente, pues el porcentaje de población que realiza una actividad económica directamente en los sectores agrario y forestal alcanza el 20% en algunos municipios de la EUROACE. La región presenta unas características excepcionales para muchos tipos de producciones: vino, aceite, cereales, ganado...

La superficie ecológica registrada en 2012 en Extremadura es de 74.378,57 hectáreas según la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente y Energía del Gobierno de Extremadura. La importancia de esta región a nivel nacional es media, porque si bien el peso del sector de producción ecológica en otras Comunidades es mucho mayor (por ejemplo en Andalucía), no es de las más rezagadas en cuanto al desarrollo de dicho sector.

Las regiones de Portugal (Centro y Alentejo), tienen un peso relativamente alto. Ya vimos que la superficie inscrita en Alentejo es de 80.455 hectáreas y posee 392 operadores, la segunda región con mayor porcentaje de superficie inscrita en Portugal y la tercera en número de operadores.

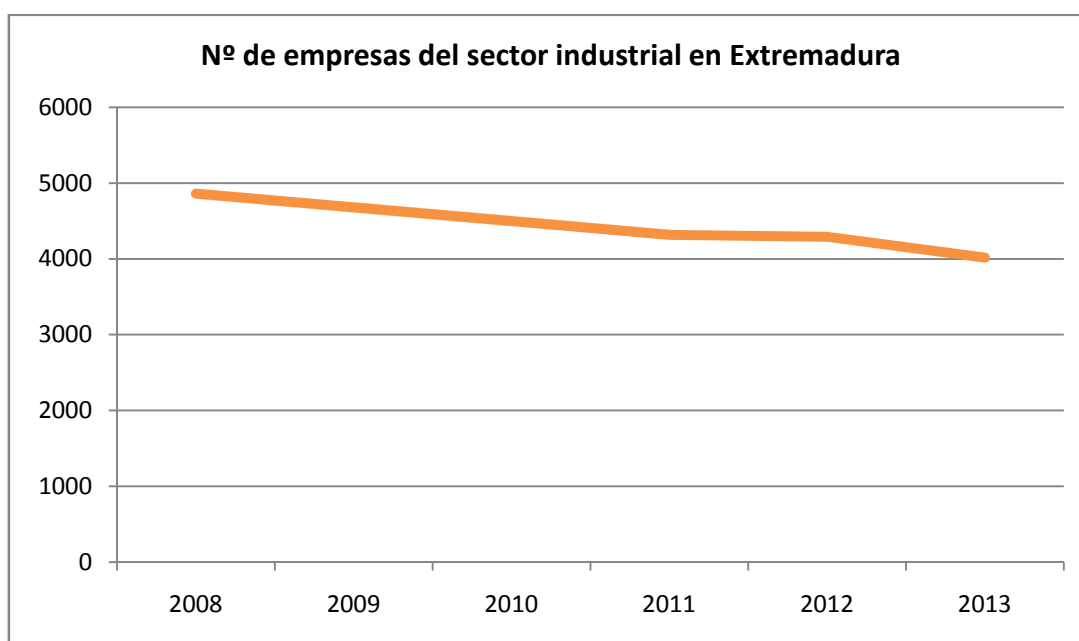
En este contexto, se puede identificar la región EUROACE con una zona de gran potencial ecológico y adecuada para la creación de una empresa como la que se presenta.

Por otra parte, la población extremeña está distribuida principalmente en pequeños municipios, la mayoría de ellos rurales. A continuación puede observarse esta hecho de manera gráfica:



Fuente: Cifras de población por provincias y tamaño de los municipios. INE. 2012.

El desarrollo industrial de Extremadura es bastante escaso y el sector está decreciendo, al igual que sucede con la mayoría de sectores debido a la coyuntura económica actual.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE.

Actualmente, la industria extremeña supone el 2,34 % de la industria nacional. En el ámbito más específico del desarrollo ecológico, en Extremadura es muy escaso, al igual que la zona portuguesa que presenta incluso menor número de industria

transformadora, ocurriendo lo mismo con la comercialización. Esto indica que las fuerzas competitivas en el entorno son escasas.

En cuanto a la legislación, afectan principalmente a este negocio las siguientes normativas:

- Directiva Europea 2002/72/CE para el contacto alimentario.
- Ley de Desarrollo Sostenible para el medio rural.
- Surge la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, que trata de establecer una mayor integración de las zonas rurales, fomentando la mejora de la situación socioeconómica de la población y el acceso a unos servicios públicos suficientes y de calidad, en el marco de un proceso de desarrollo sostenible. Tres rasgos esenciales destacan en el modelo de desarrollo rural que la Ley impulsa: una marcada visión multisectorial del desarrollo, un enfoque territorial del mismo y una participación activa de las administraciones y de los entes territoriales implicados.
- Los Programa de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS), que deben determinar los objetivos, metodología, instrumentos financieros y el marco general de actuación.
- Real Decreto 752/2010
- Real Decreto 865/2008
- Ley Orgánica 16/2007
- El Decreto 115/2010 (DOE de 20 mayo), fija el ámbito territorial de aplicación de la Ley en la comunidad, su distribución en 12 zonas rurales y su clasificación en función del nivel de desarrollo, estableciendo además los órganos esenciales de gestión: el Comité Autonómico de Desarrollo Rural y el Consejo Extremeño de Desarrollo Rural.
- Ley 3/1994, de 26 de mayo, de artesanía de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

- Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales.

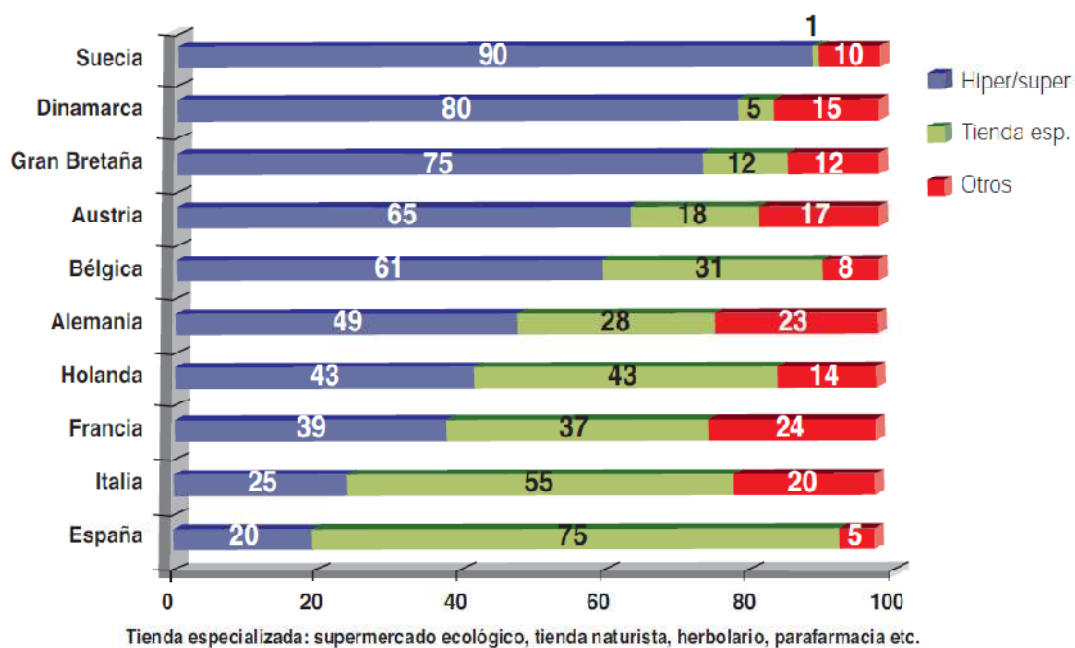
Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se presentan. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las subvenciones vigentes y se va actualizando constantemente. Por ello, será conveniente revisarlas en el momento de creación de la empresa para considerar cuál podrá resultar de interés para el negocio.

5.3. Análisis de la demanda

La principal clientela de la empresa estará compuesta por los siguientes grupos:

- Minoristas y tiendas especializadas en la comercialización de productos ecológicos.
- Mayoristas y grandes superficies que incluyan entre su gama de productos una sección para productos ecológicos.
- En cuanto a la demanda de las visitas culturales, la empresa se enfocará hacia colectivos tales como colegios e institutos, asociaciones de la tercera edad o agencias de viajes.
- Los cursos de cestería irán orientados a la población en general.

A continuación, se muestra un gráfico con la distribución del mercado del producto ecológico por canales de venta:



Fuente: Marketing y alimentos ecológicos. Manual de aplicación a la venta detallista. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. 2009

El 75% del mercado del producto ecológico se distribuye a través de tiendas especializadas. En segundo lugar se posicionan los hipermercados y supermercados.

Según el estudio de la alimentación en España en 2013 de MERCASA, en Extremadura se localizan 7.146 actividades comerciales minoristas. Hay un total de

910 supermercados y 12 hipermercados. Hay 666 licencias para la venta ambulante y en mercadillos.

En la zona EUROACE no hay datos de comercios de productos ecológicos. La mayor parte de los comercializadores registrados o certificados en ecológico son las propias industrias transformadoras y/o elaboradoras que completan el ciclo de la cadena de valor.

Según el Estudio de Caracterización del Tejido Empresarial en la Eurozona, en la cadena de valor de la Alimentación Ecológica la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación, 2013), en Portugal, la comercialización de los productos ecológicos (o biológicos como se denominan allí) se realiza principalmente por las grandes superficies (supermercados, hipermercados, etc.), existiendo marcas propias denominadas “bio” creadas por las principales cadenas de distribución del país. Este mismo crecimiento se está produciendo en las tiendas especializadas, en las cuales el consumo de productos ecológicos a pesar de no ser muy elevado está experimentando un importante crecimiento, existiendo cadenas como los supermercados Brio que se están expandiendo en los últimos años.

5.4. Análisis de la competencia

El número de empresas que se dedican al sector del mimbre en esta zona es considerablemente bajo. Este dato, unido al número de empresas que desarrollan su actividad en el sector de la agricultura ecológica se ha incrementado en los últimos años.

Según EMPRECOEX (Asociación de Empresas de Productos Ecológicos de Extremadura), Extremadura es la segunda región española por número de empresas productoras y el nivel de penetración de la actividad ecológica en el conjunto de la industria agroalimentaria de la región es de casi el 5%, un porcentaje superior a la media nacional.

En el siguiente cuadro, se muestra el número de operadores de la alimentación ecológica en Extremadura en los años 2011 y 2012.

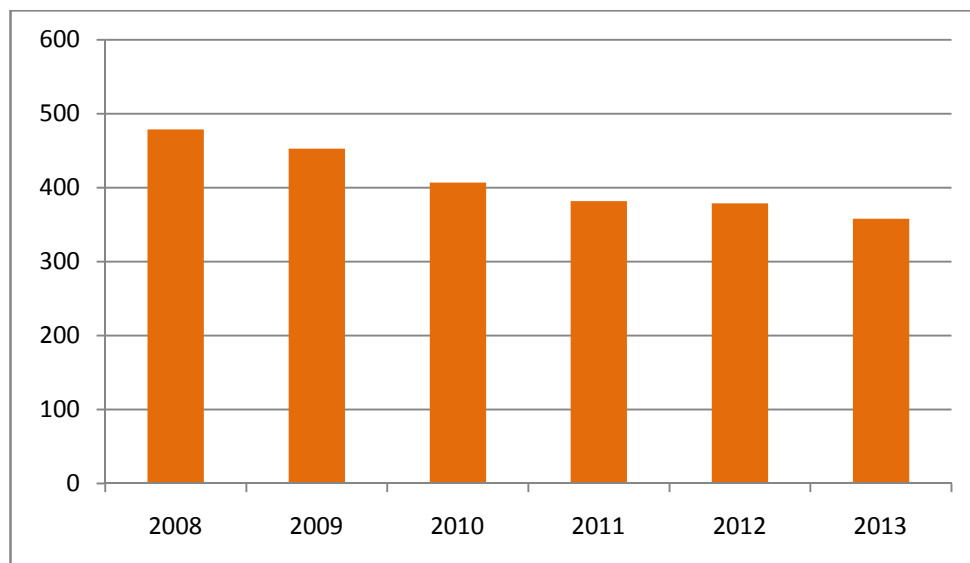
	2011				2012			
	Total	Productores	Elaboradores y comercializadores	Importadores	Total	Productores	Elaboradores y comercializadores	Importadores
Total	36364	27992	2729	101	34277	26276	2790	111
Extremadura	3614	3265	77	..	3231	2941	87	0

Fuente: DIRCE. INE

La competencia de la empresa estará conformada por los siguientes grupos:

- La **competencia directa** de la empresa la componen aquellas empresas cuya actividad se centra en la fabricación de productos de mimbre.

Nº de empresas de fabricación de artículos de corcho, cestería y espartería en Extremadura



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística.

El número de empresas que se dedican a la fabricación de artículos de corcho, cestería y espartería ha disminuido en los últimos años en Extremadura, aunque lo ha hecho en menor grado que empresas de otros sectores que se han visto más afectados. En 2013, el número de empresas de este sector en Extremadura es de 358, lo que supone un 3,4% del total de empresas a nivel nacional.

Nº de empresas de fabricación de obras de cestería y espartería

	Centro	Alentejo
2004	52	0
2005	45	0
2006	43	0
2007	43	0
2008	38	0
2009	33	0
2010	31	0
2011	35	2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de INE Portugal.

El número de empresas del sector también ha decrecido en la región de Centro, aunque sigue siendo la región con más empresas dedicadas a la

fabricación de obras de cestería y espartería de Portugal. Entre ambas regiones (Centro y Alentejo) suponen el 37,3% de las empresas de este sector en Portugal.

- b) También serán competencia las empresas cuya actividad se centre en la manufactura de productos biodegradables cuya materia prima son de origen vegetal (bolsas de papel, envases de cartón reciclado, bolsas de plástico biodegradable, etc.). Estos productos pueden ser sustitutivos perfectos de los ofrecidos por esta empresa.
- c) No se debe olvidar mencionar los envases convencionales, los cuales también suponen una competencia para esta empresa al ofrecer productos sustitutivos. En este contexto, será fundamental poner en valor los aspectos diferenciales del negocio, puesto que será difícil competir en precio.

6.2. Canales de distribución

La venta de productos se va a realizar a través los siguientes canales:

- Venta directa a la clientela final o consumidor/a: Los/as clientes/as podrán visitar el taller y adquirir in situ los productos, en caso de existir stock, o bien realizar el pedido.
- Venta a través de la red a través de la web de la empresa. En este caso, se deberá realizar el envío de los productos a la dirección especificada por el/la cliente/a. Se subcontratará una empresa de transporte. El envío se pagará por parte del/la cliente/a.
- Otros canales de venta: Ferias de ecología, donde se promocionarán los productos para fomentar su adquisición. Algunas de las ferias de interés podrán ser las siguientes:
 - Feria Internacional de Lisboa, que organiza exposiciones y seminarios continuamente, incluyendo temas como el turismo, la artesanía o las industrias creativas.
 - Se hace una mención especial a FEHISPOR, la Feria Multisectorial Hispanoportuguesa. Se trata de un gran encuentro empresarial, con una amplia presentación comercial del mercado portugués y español de todos los sectores. Se organizan actividades, conferencias, actuaciones musicales, desfiles de moda, degustaciones de platos típicos, espacios con juegos temáticos, intercambios culturales, foros de debate, etc.

6.3. Comunicación y promoción

Estos aspectos son muy importantes a la hora de dar a conocer la empresa y todos los productos y servicios que ofrece.

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El público objetivo de esta empresa lo componen por un lado, las empresas comercializadoras de productos ecológicos, que operan principalmente en la Eurozona.

Por otro lado, los colectivos que realizarán las visitas y los/as particulares que asistirán a los talleres de formación.

Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es la oferta de envases sostenibles con los que no sólo se ayuda a proteger el medioambiente sino también a potenciar los valores tradicionales de la región.

Estrategia

Las estrategias de comunicación de la empresa van a ser las siguientes:

- Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en crear productos ecológicos y tradicionales, lo que trasfiere unos valores de confianza que se transmiten internamente en la empresa.
- Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante marketing directo, marketing indirecto y marketing relacional.

Acciones

Las estrategias definidas se van a poner en marcha a través de las siguientes acciones:

1. Marketing directo: se realizarán acciones de comunicación dirigidas directamente a la clientela a través de la impresión de folletos publicitarios para dejarlos en la zona de influencia de compra. También se publicarán anuncios en prensa.

En la web sobre agricultura ecológica de la Comisión Europea se pueden encontrar distintos medios de comunicación y promoción de los productos ecológicos como banners para la web, pancartas, carteles, folletos... que cualquiera puede descargarse y utilizar cumpliendo con los términos establecidos en dicha página (los requisitos establecidos son esencialmente que el uso que se les dé a estos materiales sea la promoción de los productos ecológicos). Igualmente está a disposición bajo las mismas condiciones eslóganes y mensajes clave para la promoción de la agricultura ecológica. Se utilizarán todos estos recursos para las acciones de promoción.

2. Marketing indirecto: Las recomendaciones de terceras personas suponen una forma de promoción que se propiciará a través la atención especializada y pormenorizada de la clientela, que será la principal plataforma para la promoción de la empresa.
3. Marketing relacional. Se realizarán acciones de marketing relacional a través del *networking* asistiendo a reuniones, exposiciones y ferias del sector. También se asistirá a ferias del sector turístico, con intención de dar a conocer las visitas que pueden realizar al taller.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

A lo largo de este apartado se van a analizar los recursos que la empresa necesita y aquellos con los que cuenta a la hora de llevar adelante el proyecto.

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

Un negocio de este tipo no presenta los condicionantes de ubicación que pueden presentar los establecimientos de venta directa al público. Por este motivo, es frecuente encontrar a empresas de este tipo alojadas en polígonos industriales o zonas donde el coste del alquiler no sea elevado. En este caso concreto, la empresa se ubicará en un polígono industrial de Montehermoso, en la provincia de Cáceres.

Se precisa un local con una superficie mínima de 100 m², dividido del modo siguiente:

- Oficina y zona de visita: Con una superficie de 25 m², donde se atenderá a la clientela y se recogerán las diferentes demandas de servicios.
- Zona de trabajo: En esta zona los/as artesanos/as confeccionarán las cestas y los expositores de mimbre. Cuenta con una superficie de 40 m².
- Almacén: Con una superficie de 30 m² donde se guardarán las herramientas, materias primas y existencias.
- Aseos higiénicos-sanitarios: Con una superficie de 5 m².

7.1.2. Equipamiento

- **Mobiliario y decoración:**

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que se quiere proporcionar a la empresa.

En la oficina se deberá incluir una mesa de despacho, un sillón de oficina, dos sillas de confidente y un armario estantería.

En la zona de trabajo se deberá incluir una mesa de trabajo, tres sillas ergonómicas y diversos armarios estanterías.

Se adquirirán sillas para las actividades formativas. Éstas resultarán cómodas para los/as alumnos/as pero deberán facilitar su almacenaje.

En el almacén se incluirán varios armarios estanterías.

- Stock inicial y materiales de consumo:

Para el desarrollo de la actividad, la empresa deberá contar con un determinado stock de ramas de mimbre y con una serie de herramientas: navajas de punta curva, hoz, podonas, cuchillas, mazos de madera, remachador, majador, trompo de abrir o rajador, agujas de madera, rueca para limpiar el mimbre blanco...

En la oficina serán necesarios materiales como papel, bolígrafos, ficheros, etc.

- Equipos Informáticos:

La empresa contará con un equipo informático completo que se situará en la oficina.

7.1.3. Desarrollo productivo

A continuación se describe el desarrollo productivo del producto principal de la empresa:

Para la elaboración de los productos, los/as operarios/as emplean dos clases de mimbre: varillas enteras para construir la estructura y huiras para elaborar el tejido o cuerpo de la cesta.

El montaje del armazón se realiza con varas gruesas y resistentes, mientras que el cuerpo se confecciona con huiras largas, derechas y sin nudos.

Una vez seleccionado el material a utilizar hay que partir en tres, cuatro o cinco partes las varillas, dependiendo de su grosor, y emparejarlas en relación a su ancho y longitud.

Realizados estos trabajos previos, se empieza la elaboración del canasto. Los pasos básicos son:

- Mojar el mimbre para evitar quebrarlo o astillarlo.

- Hacer una intersección en el centro de las varas gruesas para introducir varillas finas.
- Reforzar esta estructura con otras varillas falsas.
- Utilizar los cuatro lados de la cruz como base del armazón, y comenzar a alzar y tejer en forma circular la pieza sobre la guía o sostén con forma de cruz.

Una vez completado el proceso, las cestas están listas para su venta a la clientela.

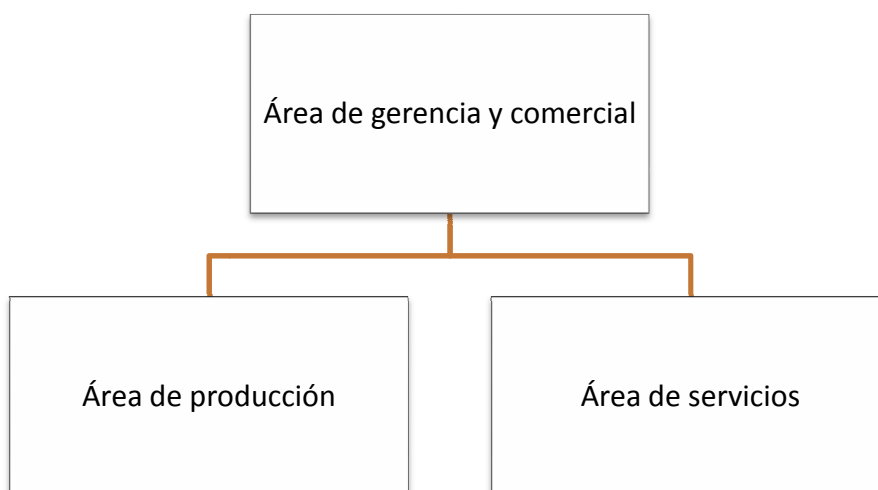
7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian tres áreas dentro de este negocio:

- **Área de gerencia y comercial:** Comprende las actividades de dirección y administración de la empresa, así como las labores comerciales: gestión de proveedores, gestión de clientela, desarrollo del plan de comunicación, etc. Estos servicios se subcontratarán a una empresa especializada.
- **Área de producción:** Incluye las tareas de elaboración de los productos.
- **Área de servicios:** Gestión de visitas al taller y coordinación de las actividades formativas.

El organigrama de la empresa tendrá la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de puestos de trabajo.

- **Operarios/as:** Las tres personas promotoras del negocio se encargarán tanto de la realización de los diversos expositores y cestas como de su transporte hasta la clientela final y la dirección de los grupos de visita a la fábrica.

Aunque en los momentos iniciales las tres personas promotoras del negocio sean las únicas encargadas de la elaboración de las piezas, la empresa pretende aumentar el número de trabajadores/as a partir del tercer año, cuando se alcance el 100% de la capacidad productiva de la empresa.

Las acciones formativas serán impartidas por un/a formador/a freelance, con amplios conocimientos en el trabajo con el mimbre.

7.2.3. Gestión de los Recursos Humanos

Selección

Para la selección de los recursos humanos, en el momento en que sea necesario aumentar la plantilla, se acudirá principalmente a asociaciones de artesanos/as, para publicar en sus sedes la oferta de empleo. Así mismo, se anunciarán las ofertas a través de portales de empleo y de redes profesionales.

La selección se hará mediante entrevista personal por parte de las personas promotoras de la empresa.

Contratación

La contratación de los/as artesanos/as será a jornada completa. Así mismo, cuando por circunstancias de cargas de trabajo así se considere se contratará una persona para tareas de recepción y administrativas.

Formación

La formación del personal será esencial en cuanto que deben conocer la filosofía de la empresa, la misión y su visión.

Por otra parte, y no menos importante, es esencial el conocimiento de la materia prima así como su manejo. Para ello, las personas seleccionadas deberán tener conocimiento y/o experiencia en trabajos con mimbre.

También se contará con el papel fundamental que está desempeñando la Asociación Extremeña de Artesanía, junto con la Diputación Provincial de Cáceres, y la puesta en marcha de un curso de mimbre en la Mancomunidad Comarca de Trujillo.

7.3. Forma Jurídica

La forma jurídica elegida para esta empresa es la Sociedad Limitada Laboral (SLL). Cada socio/a trabajador/a poseerá una tercera parte de las participaciones en el capital social de la empresa. Se ha elegido esta forma jurídica puesto que la mayoría del capital social es propiedad de los/as trabajadores/as que prestan en ellas servicios retribuidos en forma personal y directa, cuya relación laboral es por tiempo indefinido.

Tiene las siguientes ventajas:

- Limita la responsabilidad al capital aportado.
- Es obligatorio destinar anualmente un porcentaje de los beneficios al Fondo de Reserva para garantizar el futuro.
- Exenciones y bonificaciones en el impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Para poder acogerse a los beneficios tributarios, las sociedades laborales habrán de reunir los siguientes requisitos:
 - o Tener la calificación de "Sociedad Laboral".
 - o Destinar al Fondo Especial de Reserva, en el ejercicio en que se produzca el hecho imponible el 25% de los beneficios líquidos.
- Hay bonificaciones fiscales en la constitución.
- Existen ayudas económicas para el fomento de la creación de estas sociedades.

Habrà que tener en cuenta también los siguientes inconvenientes:

- Se necesita un mínimo de tres socios/as para constituirse.
- No se pueden transmitir las acciones libremente.
- Obligación a depositar cuentas anuales en Registro Mercantil.

Los/as socios/as trabajadores/as de las sociedades laborales, cualquiera que sea su participación en el capital social dentro del límite establecido por Ley, y aun cuando formen parte del órgano de administración social, tendrán la consideración de trabajadores/as por cuenta ajena a efectos de su inclusión en el Régimen General o Especial de la Seguridad Social que corresponda por razón de su actividad.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura:

<http://activacionempresarial.gobex.es/>

8. Análisis DAFO

Este apartado se va a centrar en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de este proyecto.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida - Tamaño empresarial - Falta de financiación 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa oferta formativa - Escaso apoyo institucional - Consumo concentrado de productos ecológicos - Elevado grado de existencia de productos sustitutivos
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Precios competitivos - Experiencia y formación del equipo productivo - Formación continua de los recursos humanos - Aprovechamiento de los recursos endógenos del territorio - Diseño - Responsabilidad social corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente valoración del producto artesano - Mayor concienciación social ante los productos ecológicos - Gasto en productos ecológicos en aumento - Alto número de productores ecológicos

La estrategia CAME (corregir las debilidades de la empresa, afrontar las amenazas del sector, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades) servirá para que la empresa potencie su posición en el mercado y se diferencie aún más de sus competidores.

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida. Al igual que sucede con todas las empresas de nueva creación, será necesario dar a conocer la empresa entre la clientela potencial de estos productos. Para ello, las labores del área comercial son muy importantes.
- Tamaño empresarial. Son los pequeños talleres los que cuentan con mayores dificultades para asumir costes, incrementar la producción y ser competitivos. Para ello, la empresa deberá tener bien definido su plan de acción y sus objetivos, especialmente para los primeros años de actividad productiva.

- Falta de financiación. Otro de los inconvenientes a los que se enfrentan las empresas de nueva creación es la falta de financiación. Para ello, se deberá buscar financiación ajena en los momentos iniciales, a través de préstamos bancarios, ayudas, subvenciones, etc.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Escasa oferta formativa. Tradicionalmente, la formación en campos de artesanía como el mimbre se realizaba mediante aprendizaje directo a través de observación de profesionales del sector. La formación reglada actualmente en el sector es escasa o inexistente. Para ello, la empresa acudirá a las asociaciones de artesanos/as del mimbre.
- Escaso apoyo institucional. La implicación por parte de las Administraciones para potenciar el consumo de productos ecológicos se está incrementando pero aún es baja. La empresa puede afrontar este hecho participando en actividades de concienciación sobre la importancia de la producción ecológica.
- Consumo concentrado de productos ecológicos. Según el MAGRAMA, en su informe sobre la “Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor, volumen y mercado” de septiembre de 2012, el consumo de productos ecológicos se concentra en muy pocos mercados mundiales, un 94% del consumo se concentra en 15 mercados. Estados Unidos, acapara el 45% y Alemania el 14%. España se encuentra muy retrasada, en un décimo puesto con sólo el 2% del mercado mundial. Si bien España no es uno de los principales mercados de productos ecológicos, sí existe una tendencia alcista que la empresa podrá aprovechar.
- Elevado grado de existencia de productos sustitutos. La existencia de empresas productoras de envases sustitutos es elevada. La empresa debe diferenciarse de la competencia indirecta destacando los valores diferenciales de sus productos.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Creciente valoración del producto artesano. Existe actualmente una cierta tendencia de la población a la vuelta a los productos tradicionales, especialmente los/as artesanos/as.
- Mayor concienciación social ante los productos ecológicos. La sociedad europea se encuentra cada vez más concienciada acerca de estos aspectos, y generalmente prefiere los productos ecológicos a aquellos que no lo son.
- Gasto en productos ecológicos en aumento. El gasto en productos ecológicos se incrementó un 6,6% entre 2009 y 2011. Esto muestra la fortaleza del mercado ecológico, que toma especial relevancia teniendo en cuenta el contexto de crisis económica actual.
- Alto número de productores ecológicos. Extremadura es la tercera comunidad autónoma de España con mayor número de productores ecológicos, con un porcentaje del 9,6%. Por detrás de Andalucía (44,8%) y Castilla la Mancha (18,3%). La empresa dispondrá de un vasto número de empresas proveedoras de las materias primas necesarias para la elaboración del producto.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Precios competitivos. La empresa establecerá unos precios competitivos en función de su relación con la calidad de los productos con el objeto de introducirse en el mercado y atraer a nueva clientela.
- Experiencia y formación del equipo productivo. Los/as operarios/as de la empresa deberán contar con un gran conocimiento de la artesanía del mimbre ya sea mediante la formación recibida o la experiencia profesional adquirida. Esto se traduce en unos productos con una fabricación de alta calidad.
- Formación continua de los recursos humanos. El equipo de trabajo de la empresa asistirá a cursos de formación para mejorar sus habilidades y capacidades.

- Aprovechamiento de los recursos endógenos del territorio. La Eurozona tiene una gran riqueza de las materias primas requeridas por la empresa, en este caso el mimbre.
- Diseño. La empresa cuidará el diseño de los productos, prestando atención a los aspectos estéticos a la vez que los funcionales.
- Responsabilidad social corporativa. La empresa fomenta con el desarrollo de su actividad la mejora del sector empresarial de los envases ecológicos, promoviendo de esta forma la protección medioambiental. Ello deriva en una imagen de la empresa socialmente responsable.

9. Valoración y análisis financiero

A continuación se hace una valoración financiera de los recursos que se van a necesitar.

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras dure su actividad y su uso es imprescindible para producir el bien o servicio.

ACTIVO MATERIAL, conjunto de elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que se utilizan de manera continuada en la producción de bienes y servicios y que no están destinados a la venta.

Edificios, Locales y Terrenos: La nave en la que la empresa va a desarrollar su actividad se contratará en régimen de alquiler.

Instalaciones Técnicas, Maquinarias y Herramientas: Se incluirán en esta partida los equipos y las herramientas necesarias para la elaboración de los productos, como navajas de punta curva, hoz, podonas, cuchillas, mazos de madera, remachador, majador, trompo de abrir o rajador, agujas de madera, rueca para limpiar el mimbre blanco... El importe será de 2.000 euros.

Utillaje y Mobiliario:

El utillaje comprenderá los materiales necesarios para las labores de gerencia de la empresa, como son papeles, bolígrafos, archivadores... Esta partida será de 600 euros.

En cuanto al mobiliario, será necesario adquirir mesas de trabajo, sillas de oficina, sillas de espera y de confidente, estanterías y armarios. El valor de estos elementos asciende a 3.000 euros.

Equipos Informáticos: En esta partida se incluye un ordenador, servidor de aplicaciones, pantalla, periféricos, y una impresora. El coste total es de 1.000 euros.

Elementos de Transporte: Será necesaria una pequeña furgoneta para realizar los envíos de productos a las empresas de la zona. Ésta se aportará como parte del capital social por parte de una de las personas promotoras del negocio valorado en 15.000 €.

ACTIVO INMATERIAL, conjunto de bienes intangibles y derechos que permanecen en el tiempo y se utilizan en la producción de bienes y servicios.

Aplicaciones Informáticas: inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial. Se incluyen programas ofimáticos (procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos), antivirus, y la creación de una página web. El coste será de 800 euros.

Fianzas: El/la arrendatario/a no pide fianza, al ser el pago de la renta de periodicidad anual y pago anticipado.

9.1.2. Activo corriente

Bienes y derechos necesarios para la actividad y que van a permanecer en la empresa durante un periodo inferior a un año. Se pueden considerar:

Existencias, materias primas, envases y embalajes... Aquí se incluirá una primera compra de mimbre. Necesitamos un stock inicial para comenzar la actividad de 400 euros.

Tesorería Inicial. Será necesario disponer de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante los primeros meses en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		APORTACION EN ESPECIE	TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA		
Adquisición del terreno		21%		0
Edificios y Construcciones		21%		0
Instalaciones		21%		0
Maquinaria		21%		0
Equipamiento	2.000	21%		2.000
Mobiliario	3.000	21%		3.000
Utitilaje	600	21%		600
Vehículos de transporte		21%	15.000	15.000
Equipos informáticos	1.000	21%		1.000
Otros (proyectos técnicos)		21%		0
Total Inmovilizado Material	6.600		15.000	21.600
Gastos de I+D (*)		21%		0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%		0
Aplicaciones informáticas	800	21%		800
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%		0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	720	21%		720
Total Inmovilizado Inmaterial	1.520		0	1.520
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE				23.120
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	400	10%		400
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)				19.735
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	400		0	400
TOTAL INVERSION	8.520		15.000	23.520
Total IVA SOPORTADO	1.745			1.745
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)				0
Total Necesidades Iniciales	10.265			25.265
				45.000

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Social	45.000
En Especie	15.000
Dinerario	30.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	45.000
Deudas bancarias a L/P	0
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	0
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	45.000

1. Recursos propios

Para la financiación del proyecto, el equipo emprendedor del negocio aportará un capital de 45.000 €, de los cuales 15.000 € corresponderán a la aportación por parte de una de las personas promotoras de un vehículo, y los 30.000 € restantes serán la aportación dineraria que haga al capital social el resto de promotores/as.

2. Recursos ajenos

Con la aportación de los/as socios/as no es necesario solicitar financiación ajena.

9.3. Previsiones de ingresos

El primer año será el año en el que la empresa intente introducirse en el mercado. La empresa iniciará su actividad el 1 de enero.

En los tres primeros meses, se espera colocar en el mercado el al 30% de la capacidad productiva de la empresa.

En los siguientes trimestres se estima que las ventas se vayan incrementando a medida que se hace hueco en el mercado, de tal forma que se logren ingresar lo correspondiente al 50%, al 75% y al 90% para los trimestres 2, 3 y 4 respectivamente.

El producto que genera mayor rentabilidad económica en función del factor tiempo (tiempo empleado en su elaboración) es la cesta pequeña, por lo que se producirá en mayor número que el resto.

A continuación se muestra la ponderación asignada a cada artículo:

	RENTABILIDAD	PONDERACIÓN	HORAS MES	Nº ARTÍCULOS /MES
CESTA PEQUEÑA	12,75	30,37%	206,54	207
CESTA MEDIANA	7,18	17,09%	116,23	58
CESTA GRANDE	6,78	16,15%	109,83	44
EXPOSITOR PEQUEÑO	6,80	16,20%	110,16	37
EXPOSITOR GRANDE	8,47	20,18%	137,23	39

La última columna refleja el número total de artículos que se puede elaborar mensualmente utilizando el 100% de la capacidad productiva actual.

Si la evolución positiva estudiada en el análisis del mercado continúa en los próximos años, se espera que en el año 2 la empresa pueda trabajar al 100% de la capacidad actual y que en los próximos años la empresa incremente su estructura.

Los resultados para el primer año son los siguientes:

PREVISIÓN DE INGRESOS Y

HIPOTESIS DE PARTIDA	Product o 1	Product o 2	Product o 3	Product o 4	Product o 5	Servicio 6	Servicio 7
Nº medio de productos vendidos / servicios p	127	36	33	23	26	25	25
Precio medio por Producto/Servicio	12,75	14,35	16,95	20,40	29,65	50,00	50,00
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Cesta pequeña													
Nº Productos /Servicios 1	56	56	56	104	104	104	162	162	162	186	186	186	1.524
Precio	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	12,75	
Ingresos	714	714	714	1.326	1.326	1.326	2.066	2.066	2.066	2.372	2.372	2.372	19.431
Coste Producto /Servicio	176,40	176,40	176,40	327,60	327,60	327,60	510,30	510,30	510,30	585,90	585,90	585,90	4.800,60
Cesta mediana													
Nº Productos /Servicios 2	16	16	16	30	30	30	46	46	46	52	52	52	432
Precio	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	14,35	
Ingresos	230	230	230	431	431	431	660	660	660	746	746	746	6.199
Coste Producto /Servicio	72,80	72,80	72,80	136,50	136,50	136,50	209,30	209,30	209,30	236,60	236,60	236,60	1.965,60
Cesta grande													
Nº Productos /Servicios 3	18	18	18	35	35	35	38	38	38	40	40	40	393
Precio	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	16,95	
Ingresos	305	305	305	593	593	593	644	644	644	678	678	678	6.661
Coste Producto /Servicio	126	126	126	245	245	245	266	266	266	280	280	280	2.751,00
Expositor pequeño													
Nº de productos /Servicios 4	15	15	15	19	19	19	26	26	26	33	33	33	279
Precio	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	20,40	
Ingresos	306	306	306	388	388	388	530	530	530	673	673	673	5.692
Coste Producto /Servicio	158	158	158	200	200	200	273	273	273	347	347	347	2.929,50
Expositor de pan													
Nº Productos /Servicios 5	15	15	15	20	20	20	34	34	34	35	35	35	312
Precio	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	29,65	
Ingresos	445	445	445	593	593	593	1.008	1.008	1.008	1.038	1.038	1.038	9.251
Coste Producto /Servicio	263	263	263	350	350	350	595	595	595	613	613	613	5.460,00
Visitas culturales													
Nº Productos/ Servicios 6	12	12	12	20	20	20	32	32	32	36	36	36	300,00
Precio	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	
Ingresos	600	600	600	1.000	1.000	1.000	1.600	1.600	1.600	1.800	1.800	1.800	15.000
Coste Producto /Servicio													
Talleres de formación													
Nº Productos/ Servicios 7	12	12	12	20	20	20	30	30	30	36	36	36	294,00
Precio	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	
Ingresos	600	600	600	1.000	1.000	1.000	1.500	1.500	1.500	1.800	1.800	1.800	14.700
Coste Producto /Servicio													

INGRESOS POR VENTAS	3.199,5	3.199,5	3.199,5	5.330,4	5.330,4	5.330,4	8.008,2	8.008,2	8.008,2	9.106,7	9.106,7	9.106,7	76.934,0
Iva repercutido	419,9	419,9	419,9	699,4	699,4	699,4	1.030,7	1.030,7	1.030,7	1.156,4	1.156,4	1.156,4	9.919,1
Facturado a clientes	3.619,3	3.619,3	3.619,3	6.029,7	6.029,7	6.029,7	9.038,9	9.038,9	9.038,9	10.263,0	10.263,0	10.263,0	86.853,1
Cobros del periodo	3.619,3	3.619,3	3.619,3	6.029,7	6.029,7	6.029,7	9.038,9	9.038,9	9.038,9	10.263,0	10.263,0	10.263,0	86.853,1
Cobros periodos anteriores		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL COBROS	3.619,3	3.619,3	3.619,3	6.029,7	6.029,7	6.029,7	9.038,9	9.038,9	9.038,9	10.263,0	10.263,0	10.263,0	86.853,1

Perfil de cobro de facturas	Franja de	Porcentaje (%) de las
El Porcentaje (%) del Importe facturado A CLIENTES cada mes que se COBRA en las franjas de tiempo	1. al contado	100%
	2. a los 30 días	
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Los costes de producción previstos corresponden a la adquisición de mimbre, materia prima de la que están compuestas por completo las cestas. Se adquirirán a empresas proveedoras de la Eurozona, teniendo en cuenta la calidad del producto y que sean ecológicos.

Las visitas culturales no tienen costes de producción ni variables. Las acciones formativas no tienen costes de producción, pero sí variables.

COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos
Cesta pequeña	3,15		
Mimbre	3,15	1.524,00	4.800,60
Cesta mediana	4,55		
Mimbre	4,55	432,00	1.965,60
Cesta grande	7,00		
Mimbre	7,00	393,00	2.751,00
Expositor pequeño	10,50		
Mimbre	10,50	279,00	2.929,50
Expositor de pan	17,50		
Mimbre	17,50	312,00	5.460,00
			17.906,70
			TOTAL

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los gastos generales incluyen los gastos fijos y los gastos variables. Estos últimos se corresponden con los gastos generados por las acciones formativas, fundamentalmente la remuneración del/la formador/a y la materia prima utilizada.

Los principales costes en lo que se incurre son:

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Compras:	748	748	748	1.269	1.269	1.269	1.870	1.870	1.870	2.080	2.080	2.080	17.901
materias primas, materiales, productos...	748	748	748	1.269	1.269	1.269	1.870	1.870	1.870	2.080	2.080	2.080	17.901
envases, embalajes													
Otros (detallar)													0
Gastos variables:	194	194	194	324	324	324	486	486	486	583	583	583	4.763
Formación (formador y materias primas cursos)	194	194	194	324	324	324	486	486	486	583	583	583	4.763
Transportes													0
Subcontrataciones													
Otros (reparaciones y conservación, serv bancarios, formación...)													
Gastos fijos:	1.990	1.240	1.240	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.240	1.240	1.240	1.240	15.130
Promoción comercial	150	150	150	50	50	50	50	50	150	150	150	150	1.300
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	290	290	290	290	290	290	290	290	290	290	290	290	3.480
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros	750												750
Gastos I+D													0
Alquileres	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4.320
Gastos diversos (otros tributos...)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
TOTAL GASTOS y compras	2.933	2.183	2.183	2.733	2.733	2.733	3.496	3.496	3.596	3.903	3.903	3.903	19.893
Iva soportado	502	344	344	432	432	432	559	559	580	624	624	624	6.055
Total Pagos	3.434	2.527	2.527	3.165	3.165	3.165	4.054	4.054	4.175	4.527	4.527	4.527	43.848

Gastos de personal

Los costes de personal para el primer año se van a establecer en una cantidad moderada con el fin de no incrementar las pérdidas:

GASTOS DE PERSONAL

AÑO 1													
Categoría/ puesto/ función	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Promotor/a 1													
Salario Bruto	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Coste Seguridad Social (33%)	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.960
Coste empresa	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	15.960
Promotor/a 2													
Salario Bruto	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Coste Seguridad Social (33%)	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.960
Coste empresa	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	15.960
Promotor/a 3													
Salario Bruto	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Coste Seguridad Social (33%)	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.960
Coste empresa	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	1.330	15.960
COSTE EMPRESA TOTAL	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	47.880

Gastos de amortización

El gasto en amortización se muestra en la siguiente tabla

AMORTIZACIÓN CONTABLE

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	800	5	160
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	720	5	144
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			304
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	0	50	0
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	2.000	15	133
Mobiliario	3.000	15	200
Uttillaje	600	4	150
Vehículos de transporte	15.000	8	1.875
Equipos informáticos	1.000	5	200
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			2.558

9.6. Previsión de tesorería

A continuación se muestra el flujo de caja previsto en el primer año teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendiente de realizar:

FLUJOS DE CAJA

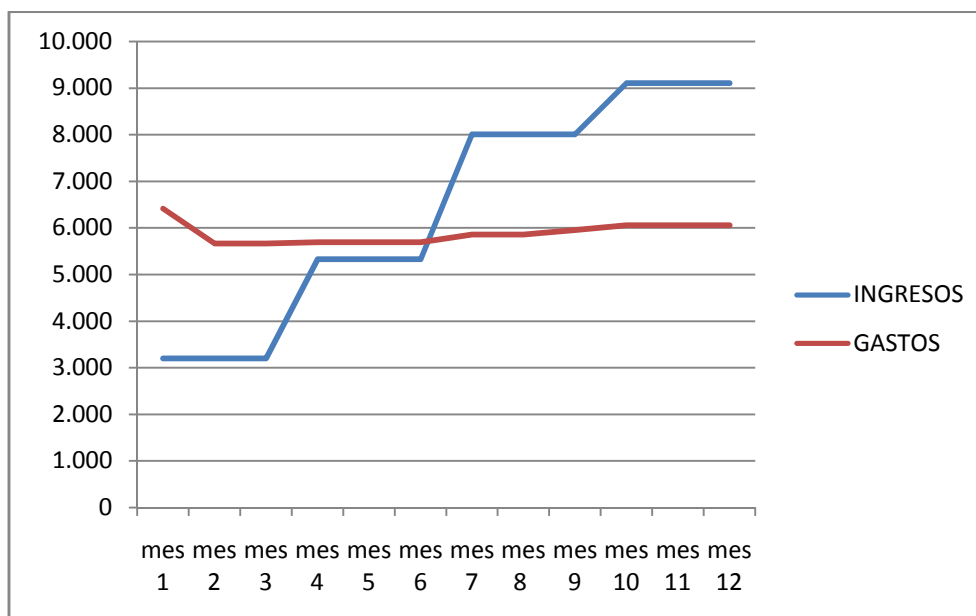
AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		3.619	3.619	3.619	6.030	6.030	6.030	9.039	9.039	9.039	10.263	10.263	10.263
Prestamo a Corto Plazo		0											
Préstamo a Largo Plazo	0												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones socios/as (Capital Social)	30.000												
TOTAL COBROS	30.000	3.619	3.619	3.619	6.030	6.030	6.030	9.039	9.039	9.039	10.263	10.263	10.263
PAGOS:													
Pagos sueldos		3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990
Pago compras y gastos generales		3.434	2.527	2.527	3.165	3.165	3.165	4.054	4.054	4.175	4.527	4.527	4.527
Pago IVA a Hacienda								801			1.396		
Devolución capital préstamos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de las inversiones	10.265	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	10.265	7.424	6.517	6.517	7.155	7.155	7.155	8.845	8.044	8.165	9.912	8.517	8.517
FLUJO DE CAJA NETO	19.735	-3.805	-2.897	-2.897	-1.126	-1.126	-1.126	194	995	874	351	1.746	1.746
SALDO FINAL DE TESORERÍA	19.735	15.930	13.032	10.135	9.009	7.884	6.758	6.952	7.946	8.820	9.171	10.917	12.663

9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

Cuentas de resultados mensuales el primer año del proyecto:

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	3.199	3.199	3.199	5.330	5.330	5.330	8.008	8.008	8.008	9.107	9.107	9.107	76.934
CONSUMOS	0	795	795	795	1.259	1.259	1.259	1.854	1.854	1.854	2.062	2.062	2.062	17.907
margen bruto	0	2.404	2.404	2.404	4.072	4.072	4.072	6.155	6.155	6.155	7.045	7.045	7.045	59.027
Gastos de personal	0	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	3.990	47.880
Gastos variables	0	194	194	194	324	324	324	486	486	486	583	583	583	4.763
Gastos fijos	0	1.990	1.240	1.240	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.240	1.240	1.240	1.240	15.130
Amortizaciones	0	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	2.862
Total gastos	0	6.413	5.663	5.663	5.693	5.693	5.693	5.855	5.855	5.955	6.052	6.052	6.052	70.635
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-4.009	-3.259	-3.259	-1.621	-1.621	-1.621	300	300	200	993	993	993	-11.608
Gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Beneficio antes de impuestos	0	-4.009	-3.259	-3.259	-1.621	-1.621	-1.621	300	300	200	993	993	993	-11.608
IMPUESTO DE SOCIEDADES (al 15 %)														0
RESULTADO DEL EJERCICIO	0	-4.009	-3.259	-3.259	-1.621	-1.621	-1.621	300	300	200	993	993	993	-11.608

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	45.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>20.258</u>	Resultado del Ejercicio	-11.608
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	0
Edificios y Construcciones	0	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>33.392</u>
Equipamiento	2.000	Préstamos bancarios a largo	0
Mobiliario	3.000	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>0</u>
Utillaje	600		
Vehículos de transporte	15.000		
Equipos informáticos	1.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-2.558	Préstamos bancarios a corto plazo	0
<u>Inmovilizado material</u>	<u>19.042</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	1.598
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	800		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	720		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-304		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>1.216</u>		
Existencias, materias primas...	394		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	1.675		
Clientes	0		
Tesorería	12.663		
<u>Activo corriente</u>	<u>14.733</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>1.598</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>34.990</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>34.990</u>

Los datos de los ratios del proyecto para el primer año son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	9,22
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	13.134,45
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0,05
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	-15,09%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	21,90
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	0,00%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	-15%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	70.219,45

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra las ventas necesarias para comenzar a obtener beneficios y se estima en 70.219,45 €.

Las previsiones de pérdidas/ganancias para los primeros cinco años son:

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	33%	25%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de consumos	33%	25%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	348%	81%	-20%	2%

La utilización del 100% de la capacidad productiva de la empresa supondría un crecimiento de las ventas de un 66,3% con respecto al primer año, lo cual es poco probable. Por ello, para calcular los ingresos en los años siguientes se va a partir de la misma proporción del año 1, pero con un incremento en los ingresos.

La empresa emplea en el año 1 el 60% de su capacidad productiva, y se ha fijado como objetivo alcanzar el 100% de su capacidad en el tercer año. Por tanto, en el año 2 la empresa prevé emplear el 80% de su capacidad y alcanzar el 100% en el año 3. Esto supondrá un crecimiento del 33% y del 25% respectivamente.

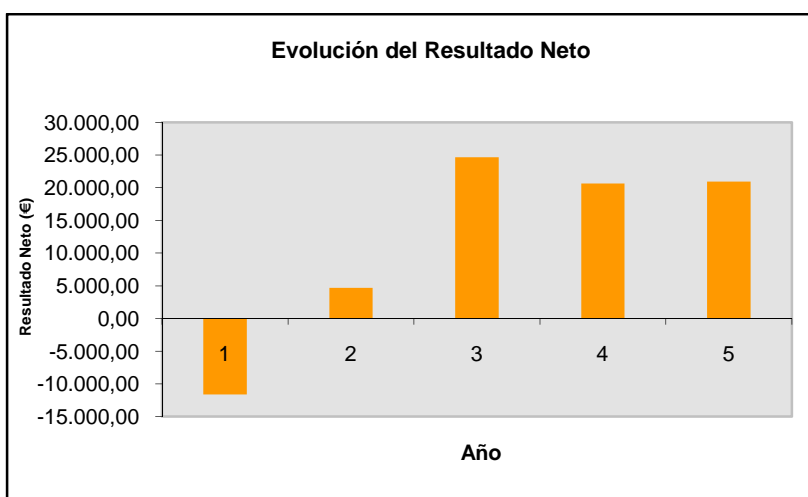
Finalmente en el cuarto y quinto año no se producirá un incremento en los ingresos, tan solo el equivalente al incremento del IPC.

Los gastos de personal se incrementarán en un 2% al año.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	76.933,95	102.322,15	127.902,69	130.460,75	133.069,96
Consumos	17.906,70	18.443,90	18.997,22	19.567,13	20.154,15
margen bruto	59.027,25	83.878,25	108.905,47	110.893,61	112.915,81
% margen bruto sobre ventas	77%	82%	85%	85%	85%
Gastos de personal	47.880,00	55.221,60	56.326,03	57.452,55	58.601,60
Gastos variables mensualmente:	4.762,80	4.858,06	4.955,22	5.054,32	5.155,41
Amortización de activos	2.862,33	2.862,33	2.862,33	2.862,33	2.862,33
Gastos fijos:	15.130,00	15.432,60	15.741,25	16.056,08	16.377,20
Total gastos	70.635,13	78.374,59	79.884,83	81.425,28	82.996,54
Beneficio antes de impuestos e intereses	-11.607,88	5.503,66	29.020,64	29.468,33	29.919,27
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Beneficio antes de impuestos	-11.607,88	5.503,66	29.020,64	29.468,33	29.919,27
Impuesto de sociedades	0,00	825,55	4.353,10	8.840,50	8.975,78
RESULTADO DEL EJERCICIO	-11.607,88	4.678,11	24.667,54	20.627,83	20.943,49

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

Las actividades planificadas para este año son las siguientes:

- 1 Búsqueda de instalaciones y contrato de alquiler. 3 meses.
- 2 Diseño de la cartera de productos. 4 meses
- 3 Campaña de marketing inicial. Duración estimada 6 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												

1	Búsqueda de instalaciones y contrato alquiler
2	Diseño de la cartera de productos
3	Campaña de marketing inicial

Responsable de las actividades: equipo emprendedor. Los/as tres promotores/as

Promotor/a 1: Actividades 1 y 2

Promotor/a 2: Actividades 2 y 3

Promotor/a 3: Actividad 3

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definidas sus políticas de servicios y su imagen corporativa.

- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez seleccionada la ubicación de la empresa y diseñada la cartera de productos.

- Plan económico-financiero

- Aportación del equipo emprendedor
- Solicitud de subvenciones

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica de Sociedad Limitada Laboral viene regulada por la Ley 4/1997 de 24 de marzo que regula las Sociedades Laborales. En lo no contemplado por esta norma, se regirán por la Ley de Sociedades de Capital.
- Información sobre requisitos y plazos de formalización.
- Solicitud de licencia de apertura.
- Contrato de alquiler de instalaciones, apertura de cuenta en entidad financiera.
- Otros requisitos legales: adquisición de derechos de software.

- Fiscal

- Obtención de CIF
- Alta en censo de actividades económicas.
- Liquidación del Impuesto de Sociedades (IS).

- Laboral

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN ITINERARIO 1.

Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades recogidas en el Anexo III del Reglamento de Autorizaciones y Comunicación Ambiental, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se considera la opción sin calificación urbanística, es decir, actividades que se lleven a cabo en suelo urbano y no necesitan calificación urbanística.

Epígrafes asimilables a la actividad:

468. 3 Fabricación de muebles diversos de madera, junco, mimbre y caña.

Estas actividades deberán someterse a Comunicación Ambiental:

- Ya que la potencia eléctrica total instalada sea inferior o igual a 100 Kw y la superficie total construida sea inferior o igual a 2.000 metros cuadrados.

Considerando la opción sin calificación urbanística, estas actividades no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Evaluación Ambiental de Extremadura, Decreto 54/2011, motivo por el cual no deben ser sometidas a Evaluación de Impacto Ambiental.

A. Trámites Constitución de Empresa

A continuación se indican los trámites necesarios en caso de elegir como forma jurídica una Sociedad Limitada Mercantil:

1. Certificación Negativa del Nombre

Reserva en el Registro Mercantil Central del nombre de la sociedad que se desea constituir, obteniendo una certificación que acredite que dicho nombre no está registrado con anterioridad. Este trámite es previo al otorgamiento de la escritura pública de constitución.

En el caso de que se trate de **Cooperativas** la certificación negativa del nombre se obtiene en el Registro de Sociedades Cooperativas, éste ha de informar al Registro Mercantil Central de la denominación solicitada con carácter previo a la expedición de la certificación negativa.

Documentación: Existe un impreso oficial normalizado, en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. Hay que indicar siempre a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. Se puede solicitar a través de internet: <http://www.rmc.es>.

Organismo: Registro Mercantil Central.

Plazo: Antes de ir al notario. La validez del nombre concedido es de 3 meses (Real Decreto 158/2008). Pasado este plazo sin que se haya constituido la empresa debe renovarse, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses, ya que entonces habrá caducado definitivamente.

2. Escritura Pública

Previamente, se realizará el **Ingreso del Capital Social** acordado por los socios fundadores en una Cuenta Bancaria abierta a nombre de la Sociedad. Existe un capital social mínimo exigido para cada una de las diferentes modalidades de sociedades mercantiles. Por ejemplo, para sociedades limitadas es de 3.000 € y para sociedades anónimas de 60.000 €.

Formalización pública ante notario, por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la Sociedad estableciendo los estatutos de la misma y mediante la que se asume la totalidad de participaciones sociales.

Documentación:

- Certificación negativa de la denominación acreditando la no existencia de otra Sociedad con la misma denominación.
- Estatutos sociales.
- Acreditación del desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria).

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

El objeto del Número es identificar a la Sociedad a efectos fiscales, éste ha de ser solicitado por toda persona jurídica, pública o privada, cualquiera que sea su actividad. El NIF provisional tiene una validez de 6 meses. Puede ser solicitado junto con la Declaración Censal, en el mismo modelo (036).

Documentación:

- Modelo 036 debidamente cumplimentado.
- Fotocopia de la Escritura o Contrato de Constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del DNI o NIE del firmante de la solicitud, que debe ser cargo representativo de la Sociedad o Entidad.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 30 días naturales desde la constitución de la sociedad.

4. Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios)

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.

Documentación:

- Primera Copia de Escritura en el caso de las sociedades.
- Número de Identificación Fiscal, NIF (salvo que se solicite en esta declaración).
- Modelo 036/037 (simplificado, cuando no se solicite el NIF).

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria.

5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Estos impuestos gravan las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados.

El Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, establece la exención en el impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP/AJD), en su modalidad de operaciones societarias, para la constitución de sociedades.

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

Documentación:

- Impreso necesario para la liquidación del impuesto, es el Modelo 600 facilitado por la Consejería de Economía y Hacienda.
- Primera copia y copia de la escritura de constitución de la sociedad.
- DNI o NIE del representante legal de la empresa y NIF de la sociedad.

Organismo: Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Extremadura.

Plazo: 30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública ante el notario.

6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad

A partir de este momento, la empresa tendrá personalidad jurídica plena.

Documentación:

- La Escritura Pública de constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del Número de Identificación Fiscal (NIF).
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales. Impreso Modelo 600 cumplimentado.

Organismo: Registro Mercantil de la provincia donde se ubique la sociedad.

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

- Resguardo del Modelo 036.
- Original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la hoja de inscripción.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas

El Impuesto de Actividades Económicas es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se realicen o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Documentación:

- Liquidación del impuesto. Modelo 840.
- Modelo 036/037 (simplificado) de alta en el Censo.
- NIF de la empresa.

Organismo: La solicitud de alta se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria (AEAT) y la liquidación y recaudación en el Ayuntamiento de la localidad donde se ubica la sociedad.

Tasa: Exenciones de pago:

- Personas físicas.
- Negocios con facturación inferior a 1.000.000 €
- Empresas de nueva creación en los primeros 2 años de funcionamiento.

La presentación de la declaración censal (Modelo 036) **exonera** a los sujetos pasivos exentos del IAE de la presentación de las declaraciones específicas de dicho impuesto (Modelo 840).

En el caso de empresarios individuales, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los promotores, contrato público o privado y obtención del CIF. Los pasos necesarios son:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios).

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.

La inscripción será única por cada provincia donde se tenga un centro de trabajo, salvo que en la misma provincia se ejerzan dos o más actividades sometidas a ordenanzas de trabajo distintas.

Al presentar la solicitud para abrir la cuenta de cotización inicial, la Tesorería de la Seguridad Social asignará un número (“Código de Cuenta de Cotización”), con los dos primeros dígitos del mismo referidos a la provincia en la que se encuentra el domicilio de la empresa. El empresario deberá de solicitar un Código de Cuenta de Cotización en cada una de las provincias y para cada uno de los regímenes en que realice la actividad.

Documentación: Se debe presentar el Modelo TA-6 para todos los Regímenes.

Empresario individual:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

- Modelo oficial de solicitud.
 - Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
 - Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.
 - Escritura de Constitución debidamente registrada, o certificado del Registro correspondiente (Libro de Actas en el caso de Comunidades de Propietarios).
 - Fotocopia del DNI o NIE de quien firma la solicitud de inscripción.
- Documento que acredite los poderes del firmante, si no están especificados en la escritura.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Plazo: El empresario que por primera vez vaya a contratar a trabajadores, deberá solicitar su inscripción como empresa antes del inicio de la actividad.

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el empresario está obligado a solicitar el alta, la baja y a comunicar las variaciones de datos de todos sus trabajadores.

Documentación:

- Afiliación trabajadores: (Si el trabajador no tiene asignado nº propio de afiliación)
 - Fotocopia del DNI del trabajador, documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA1.
- Solicitud de alta:
 - Fotocopia del documento de afiliación del trabajador.
 - Fotocopia del DNI del trabajador, o documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA2/S.

Plazo: Solicitud del alta, previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes. En los casos en que no se hubiere podido prever con antelación dicha iniciación, si el día o días anteriores a la misma fueren inhábiles, o si la prestación de servicios se iniciara en horas asimismo inhábiles, deberán remitirse, con anterioridad al inicio de la prestación de servicios, por telegrama, fax o por cualquier otro medio electrónico, informático o telemático.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Alta en el régimen de Autónomos: este Régimen de la Seguridad Social será obligatorio para trabajadores por cuenta propia. Régimen opcional para socios trabajadores de Cooperativas de trabajo asociado.

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.
- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

Plazo: 30 días naturales desde la fecha de alta en Hacienda (Modelo 036).

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo

Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.

Documentación: Formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración o en la Consejería correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Organismo: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación.

Plazo: Dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.

12. Comunicación de contratos trabajadores

Los empresarios están obligados a comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, en el plazo de los diez días hábiles siguientes a su concertación, el contenido de los contratos de trabajo que celebren o las prórrogas de los mismos, deban o no formalizarse por escrito. Dicha comunicación se realizará mediante la presentación de copia del contrato de trabajo o de sus prórrogas.

También debe remitirse a los Servicios Públicos de Empleo la copia básica de los contratos de trabajo, previamente entregados a la representación legal de los trabajadores, si la hubiese.

Actualmente la comunicación de contrato al SEXPE se puede realizar de forma telemática a través de la herramienta Contrat@ (www.extremaduratrabaja.es).

Documentación:

- Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el trabajador.
- Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los trabajadores, si lo hubiese.

- Modelo de solicitud.
- Características principales y ubicación del proyecto. Plano de emplazamiento y distribución de la instalación proyectada.
- Justificación del cumplimiento del planeamiento urbanístico. Con referencia expresa a usos urbanísticos permitidos, características de las construcciones, tamaño de la parcela y distancias a núcleo urbano, construcciones, dominio público e infraestructuras.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Plazo: Será expedido por el Ayuntamiento en el plazo máximo de 30 días.

Resultado: Informe de Compatibilidad Urbanística, que incluirá:

- Planeamiento al que está sujeta la finca, así como su localización y grado de urbanización.
- Clasificación urbanística del suelo.
- Usos urbanísticos admitidos y, en su caso, existencia de limitaciones de carácter urbanístico.
- Modificaciones del planeamiento que se estén tramitando y que pudieran afectar a la ubicación de la instalación.
- Compatibilidad del proyecto con el planeamiento urbanístico.

2. Solicitud de Licencia de urbanística: Licencia de obras, edificación e instalación

La Licencia Urbanística llevará implícita tanto la licencia de obras, edificación e instalación (para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento, para el ejercicio de la actividad empresarial), como la licencia de usos y actividades, que constatará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX. En cuanto a la licencia de uso y actividad, en este caso, actividades no sujetas a autorizaciones ambientales, la presentación de la Declaración Responsable pondrá fin al procedimiento de Licencia Urbanística, siempre

Plazo: Se presentará una vez obtenida la Declaración de Impacto Ambiental o Informe de Impacto Ambiental, según se encuadre la actividad en los Anexos del Decreto 54/2011, una vez finalizadas las obras, en su caso, y antes de iniciar la actividad. Una vez presentada la Comunicación Ambiental, en lo que se refiere a su contenido (es decir, sin perjuicio de la necesidad de obtención de la licencia de usos y actividades, cuando proceda, u otras autorizaciones y licencias exigibles) el ejercicio de la actividad se iniciará bajo la exclusiva responsabilidad del titular de la actividad y del técnico que haya realizado la certificación.

4. Declaración Responsable/ Licencia urbanística de usos y actividad

Concretamente están sujetos a licencia de usos y actividad los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX. Sin embargo, para las actividades no sujetas a autorizaciones ambientales, la presentación de la **Declaración Responsable** pondrá fin al procedimiento de Licencia Urbanística, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

En estos casos, una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística iniciado en el punto 2.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.

Plazo: Una vez presentada la declaración responsable se puede iniciar la actividad.

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Si estuviese sometido a régimen de Licencia:

La solicitud de licencia de uso y actividad será otorgada por el Ayuntamiento, previa comprobación de los requisitos exigibles tanto en materia medioambiental como los

legalmente exigibles para el desarrollo del uso o de la actividad. Concluye así el procedimiento de Licencia Urbanística.

En aquellos casos en los cuales no haya sido necesaria la realización de obras y, consecuentemente, no haya sido iniciado con anterioridad el procedimiento de Licencia Urbanística, será necesaria la presentación de la documentación que se indica a continuación.

Documentación para la Licencia Urbanística de Usos y Actividad: Con carácter general (puede variar en función del Ayuntamiento):

- Modelo normalizado de solicitud.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable, así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.
- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Ayuntamiento

Plazo: máximo 15 días.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de uso y actividad. Finaliza el procedimiento de Licencia Urbanística.

Normativa:

- Ordenanzas municipales.
- Ley 15/2001, LSOTEX.
- Ley 12/2010, de Impulso al Nacimiento y la Consolidación de Empresas.

- Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).
- Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).

5. Adquisición y legalización del libro de visitas

De acuerdo con la legislación laboral, las empresas deberán adquirir y sellar el libro de visitas, que deben tener obligatoriamente en cada centro de trabajo aunque no empleen trabajadores por cuenta ajena, y que debe encontrarse a disposición de los funcionarios del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo. Además, podrán llevar un libro de matrícula por cada centro de trabajo, en el que se inscribirán todos los trabajadores que presten sus servicios en el mismo.

Documentación:

- Modelo oficial del Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo.
- Ficha de Empresa cumplimentada.

Organismo:

- Adquisición del libro en una librería.
- Legalización en la **Inspección de Trabajo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (Jefatura Provincial)**.

Plazo: Se debe conservar el libro de visitas durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha de la última diligencia.

6. Solicitud Hojas de Reclamaciones

Este trámite es necesario para todas aquellas empresas que ofrezcan sus servicios o productos directamente a los consumidores. Quedan excluidas las siguientes actividades:

- La ejercida por profesionales liberales que lleven a término una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional legalmente reconocido.
- La enseñanza reglada.
- Los servicios públicos competencia de la Administración.
- La de los centros, servicios y establecimientos sanitarios públicos y privados.
- La relacionada con el suministro de gas y energía eléctrica.
- La del servicio de Telecomunicaciones.

- La de los servicios financieros.
- Entidades Aseguradoras.

Documentación: Modelo de Solicitud y copia del CIF del solicitante.

Organismo: Instituto de Consumo de Extremadura (Consejería de Salud y Política Social).

Plazo: Previo al inicio de la actividad.

B.1 Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro Integrado Industrial.

Están sujetas a este procedimiento la puesta en servicio por nueva implantación, ampliación o traslado de cualquier actividad o instalación industrial de las relacionadas en el Anexo I la Orden de 12 de diciembre de 2005, o para la instalación y puesta en funcionamiento de maquinarias, productos, aparatos o elementos sujetos a normas reglamentarias de seguridad industrial.

Con la solicitud de puesta en marcha se presenta también la solicitud de inscripción en el Registro de Establecimientos Industriales.

Organismo: Dirección General de Industria y Energía.

Documentación:

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro de Establecimientos Industriales, según el modelo oficial que se recoge en los anexos al Reglamento de Establecimientos Industriales aprobado por el Real Decreto 697/1995, de 28 de abril.
- DNI o CIF del titular, según corresponda. DNI del representante. Escritura de constitución y estatutos sociales. Acreditación de la representación o apoderamiento.
- Proyecto Técnico firmado por técnico titulado competente y visado por su Colegio Oficial correspondiente, en su caso, o Memoria Técnica donde se recojan los datos y características de la actividad, así como la relación de máquinas (cuando proceda) cumplimentada en el modelo oficial correspondiente a la ficha técnica descriptiva de máquinas. En caso de que la

Memoria Técnica, sea suscrita por un técnico titulado competente, deberá venir visada por su colegio profesional.

- En su caso, Certificado de dirección técnica, expedido por técnico titulado competente y visado por el Colegio Oficial.
- Fichas técnicas descriptivas de las características de cada una de las instalaciones que indica el interesado en la solicitud, según el modelo oficial.
- Plano de situación escala 1:10.000 y plano de emplazamiento, señalando la situación del establecimiento, instalación, maquinaria, producto, aparato o elemento sujeto a normas reglamentarias de seguridad industrial que se pretenda poner en servicio.
- En su caso documentación que acredite el cumplimiento de la legislación de medio ambiente: informe ambiental

Instalaciones objeto de este procedimiento, con las limitaciones que se indican en la Orden de 12 de diciembre de 2005:

- Instalaciones eléctricas de baja tensión.
- Instalaciones eléctricas de alta tensión.
- Instalaciones de gas.
- Instalaciones de ascensores.
- Instalaciones de grúas torre.
- Máquinas.
- Instalaciones de aparatos a presión.
- Instalaciones frigoríficos.
- Instalaciones de agua.
- Instalaciones de calefacción, climatización y ACS.
- Instalaciones de almacenamiento de productos petrolíferos líquidos.
- Instalaciones de almacenamiento de productos químicos.
- Instalaciones de protección contra incendios.

Plazo: Antes del inicio de la actividad

Normativa:

- Decreto 49/2004, que regula el procedimiento para la instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos industriales.
- Orden de 12 de diciembre de 2005, que dicta las normas para la tramitación de los expedientes de instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos e instalaciones industriales.

B.2. Trámites específicos

1. Comunicación Previa al Inicio de Actividad de Producción de Residuos / Registro de Producción y Gestión de Residuos

Las actividades objeto de estudio en este dossier generan residuos y, conforme a lo dispuesto en la Ley 22/2011 de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados, deberán realizar una comunicación previa al inicio de la actividad de producción de residuos.

La Dirección General de Medio Ambiente, de oficio, incorporará la información de la comunicación previa al Registro de Producción y Gestión de Residuos.

Organismo: Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Energía. Dirección General de Medio Ambiente.

Documentación:

- Modelo oficial de Comunicación Previa.
- Documentos de aceptación por parte del gestor que va a llevar a cabo el tratamiento o, en su caso, declaración responsable de la empresa en la que haga constar su compromiso de entregar los residuos a un gestor autorizado (cuando se trate de residuos peligrosos).
- Certificado de seguro de responsabilidad civil conforme al artículo 6 de RD 833/1988. (Sólo para productores de más de 10 toneladas anuales de residuos peligrosos).

Plazo: La comunicación deberá llevarse a cabo con carácter previo al inicio de la actividad.

Resultado: Incorporación de la información por parte de la DG de Medio Ambiente al Registro de Producción y Gestión de Residuos.

Legislación:

- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Real Decreto 833/1988, de 20 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 20/1986, Básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos.

B.3. Trámite voluntario. (Pertener al sector de la artesanía en Extremadura).

1. Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

La actividad se encuentra en el repertorio de oficios artesanos de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

03. FIBRAS VEGETALES

COAEX: 03001

Denominación del oficio: **Cestería.**

Denominación de la ocupación: Cestero/a.

Definición: Persona que diseña y hace objetos entretejiendo **mimbres**, láminas de castaño u

otros materiales de origen vegetal.

El Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de la Comunidad Autónoma de Extremadura comprenderá los datos relativos a los artesanos, las empresas artesanas y las asociaciones de artesanos, que efectivamente ejerzan las actividades a que se refiere el artículo 2 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo, de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

El Registro, que será único, tendrá carácter administrativo, voluntario, público y gratuito.

La inscripción en el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de la Comunidad Autónoma de Extremadura se realizará sin perjuicio de la obligación que pudieran tener las personas interesadas de inscribirse en cualquier otro registro de acuerdo con la legislación aplicable.

Organismo:

- Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Energía.
Dirección General de Industria y Energía.

4. Acreditación de estar dado de alta en el epígrafe del Impuesto de Actividades Económicas que corresponda al oficio u oficios artesanos que desarrollen, aportando el último recibo del pago de dicho impuesto, en los casos que proceda.
5. Copia de la Inscripción de la empresa en el régimen correspondiente de la Seguridad Social.
6. Relación de todos sus socios con especificación de los cargos o funciones que desarrollan dentro de la entidad.
7. Nombre del artesano responsable de la producción y currículum profesional.
8. Memoria explicativa del proceso de elaboración artesanal de la entidad, con especificación de los productos realizados y descripción de la maquinaria existente, así como de las instalaciones del taller artesano. Dicha memoria deberá ser firmada por el artesano responsable de la actividad de la entidad.
9. Tres fotografías de los productos elaborados, así como del taller donde se realiza la actividad.
10. Certificado de la vida laboral de todas las cuentas de cotización de la empresa.

c) Solicitud de inscripción en la Sección Tercera:

Las asociaciones, federaciones y confederaciones artesanas de carácter representativo que soliciten su inscripción en el Registro, deberán acompañar a la instancia de solicitud, según modelo Anexo III, la siguiente documentación:

1. Copias del acta fundacional y de los estatutos debidamente depositados, así como certificación de la fecha del depósito y denominación de la asociación, federación o confederación de que se trate.
2. Copia del Número de Identificación Fiscal.
3. Memoria detallada de los fines de la asociación, federación o confederación así como de los medios con los que cuentan para desarrollar su actividad.
4. Certificación expedida por la Secretaría u órgano competente de la asociación, federación o confederación, que acredite respectivamente, el número de artesanos individuales y empresas artesanas asociadas, el número de asociaciones que componen la federación y número de federaciones de la confederación. Los artesanos o empresas artesanas asociadas deberán estar igualmente inscritos en el Registro, con especificación de los cargos directivos que dentro de la asociación desempeñan.

Dicha relación deberá constar como mínimo de:

- Número de inscripción en el Registro.
- Nombre o razón social.
- NIF ó CIF.
- Domicilio de la actividad.

- Municipio.
- Teléfono, fax y correo electrónico.
- Actividad desarrollada.
- Epígrafe/s del IAE de la actividad.

Todas ellas deberán estar inscritas debidamente en el Registro en sus secciones correspondientes.

Asimismo, se acompañará acuerdo de aprobación emitido por los respectivos órganos de gobierno que formule la petición de inscripción.

5. Nombre del representante y cargo que desempeña dentro de la misma, así como copia de su Documento Oficial de Identificación

Plazo de presentación:

- Durante todo el año.

Resultado: Resolución Dirección General

Legislación:

- LEY 3/94 (D.O.E. 68, de 14-6-94)(LeyExtr3-94.PDF)
- DECRETO 123/2012, de 6 de julio, por el que se regula el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de la Comunidad Autónoma de Extremadura y la concesión del título de Maestro Artesano (DOE 134, de 12-07-2012)

Destinatarios

- Artesanos individuales, empresas artesanas, asociaciones, federaciones y confederaciones de artesanos y maestros artesanos.

Plazo de presentación:

- Durante todo el año.

Requisitos

En el Registro se inscribirán los siguientes datos:

- a) Nombre de la empresa artesana, de los artesanos individuales, de la asociación artesana, y del maestro artesano.
- b) Domicilio social o de la actividad.
- c) Número de teléfono.
- d) Número de Registro y oficio o actividad desarrollada.
- e) Dirección de correo electrónico.

El Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de la Comunidad Autónoma de Extremadura se organiza en las siguientes secciones:

- a) Sección Primera: De los artesanos individuales.
- b) Sección Segunda: De las empresas artesanas.
- c) Sección Tercera: De las asociaciones, federaciones y confederaciones de artesanos.
- d) Sección Cuarta: De los maestros artesanos.

1. La inscripción en las distintas secciones en las que se organiza el Registro, se hará de acuerdo con los siguientes criterios:

- a) En la Sección Primera, referida a los artesanos individuales, se podrán inscribir todas aquellas personas físicas que ejercen la actividad artesana conforme al artículo 2 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo, con domicilio en Extremadura y que tengan la capacitación profesional necesaria para llevar a cabo algunas de las actividades reflejadas en el Repertorio de Oficios Artesanos de Extremadura.
- b) En la Sección Segunda, referida a las empresas artesanas, se podrán inscribir las personas jurídicas, que realicen una actividad económica de producción de un producto o productos artesanales elaborados conforme al artículo 2 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo.

Tanto los artesanos como las empresas artesanas dispondrán de un local habilitado con carácter permanente para el desempeño de la actividad o actividades artesanales.

El espacio físico ocupado por el taller artesano para llevar a cabo su actividad, en el caso de coexistir con actividades distintas de la artesana, estará delimitado y su personal fácilmente identificable.

- c) En la Sección Tercera, referida a asociaciones, federaciones, confederaciones, se podrán inscribir aquellas entidades cuyos estatutos incluyan como objeto principal el fomento y la defensa de la artesanía y que estén constituidas

exclusivamente por artesanos, empresas artesanas, asociaciones o federaciones inscritas en el Registro.

d) En la Sección Cuarta, de los Maestros Artesanos, se inscribirán los artesanos individuales a quienes se les conceda el título de Maestros Artesanos de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo V del Decreto 123/2012.

2. Para poder inscribirse no se requerirá tiempo mínimo de ejercicio de la actividad artesanal.

3. No serán inscribibles en el Registro las empresas artesanas que ejerzan su actividad de manera ocasional o accesorio, tal como establece el apartado 3 del artículo 4 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo de Artesanía.

4. La inscripción registral, en cada una de las secciones, dará lugar a la calificación del interesado como artesano, empresa artesana, asociación artesana o Maestro Artesano, de conformidad con lo señalado en el artículo 5 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo de Artesanía.

5. La inscripción en el Registro será requisito previo imprescindible para obtener el distintivo y certificaciones, así como para acceder a cualquier convocatoria de ayudas o programas específicos desarrollados por la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura, de conformidad con el artículo 6 de la Ley 3/1994, de 26 de mayo, de Artesanía.

11. Mapa de actividad

MAPA ITINERARIO 2: ACTIVIDAD sujeta a COMUNICACIÓN AMBIENTAL - sin calificación urbanística (suelo urbano)

468. 3 Fabricación de muebles diversos de madera, junco, MIMBRE y caña. (Taller con potencia instalada ≤ 100 kW y superficie construida ≤ 2.000 m²)

