



**#plandenegocio**

**restaurante de  
cocina de diseño**

## ÍNDICE

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>6</b>
<b>3. EQUIPO EMPRENDEDOR .....</b>	<b>8</b>
3.1. Persona promotora 1 .....	8
3.2. Persona promotora 2 .....	8
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA .....</b>	<b>10</b>
4.1. Características de la oferta .....	10
4.2. Aspectos Diferenciales.....	12
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface .....	14
4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca .....	15
<b>5. ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>16</b>
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado .....	16
5.2. Análisis del entorno.....	19
5.3. Análisis de la demanda .....	22
5.4. Análisis de la competencia.....	24
<b>6. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>25</b>
6.1. Establecimiento de precios .....	25
6.2. Canales de Distribución .....	27
6.3. Comunicación y promoción.....	29
<b>7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....</b>	<b>31</b>
7.1. Recursos físicos.....	31
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones .....	31
7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios .....	31
7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio. ....	33
7.2. Recursos humanos .....	35
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa .....	35
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo .....	35
7.2.3. Gestión de los recursos humanos .....	36
7.3. Forma jurídica .....	37
<b>8. ANÁLISIS DAFO .....</b>	<b>40</b>

<b>9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>	<b>42</b>
9.1. Inversión inicial .....	42
9.1.1. Activo no corriente.....	42
9.1.2. Activo corriente.....	44
9.2. Fuentes de financiación .....	46
9.3. Previsiones de ingresos .....	48
9.4. Costes de producción .....	50
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	51
9.6. Previsión de tesorería .....	54
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	55
<b>10. PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>59</b>
10.1. Planificación de actividades .....	59
10.2. Guía de trámites .....	61
<b>11. MAPA DE ACTIVIDAD .....</b>	<b>82</b>

## 1. Resumen ejecutivo

En este proyecto se describe la creación de un restaurante en el que se presentan platos con diseño innovador, aunque elaborados con los productos típicos de la gastronomía extremeña y portuguesa, como son el jamón, bacalao, queso de Barros, aceite de oliva o pimentón de la vera. En el presente negocio no se pretende desarrollar solo las recetas tradicionales, sino que se va a enriquecer la oferta culinaria con aspectos culturales, históricos y etnológicos.

La Oferta Turística Complementaria (OTC) de calidad, en el sector de la restauración puede cubrir un importante hueco en el sector Turismo de la zona EUROACE. Los/as turistas buscan experiencias propias del territorio y una buena forma de sentirse envueltos/as en su historia y cultura es a través de su gastronomía.

Esta iniciativa va a ser emprendida por un equipo de dos miembros, que se constituirán como Sociedad Limitada (SL). La primera persona promotora del negocio ha cursado sus estudios en una escuela de hostelería de Extremadura y ha aprendido cocina de diseño con un/a prestigioso/a cocinero/a español/a, donde ha trabajado durante 20 años, por lo que tiene amplia experiencia en el sector. La segunda persona promotora del negocio ha asistido a diversos cursos en los que se ha capacitado como sumiller, aspecto en el que se va a especializar el restaurante. También cuenta con formación en Oferta de Establecimientos Turísticos, atención al cliente y Nuevas Tecnologías Aplicadas al Sector Turístico.

En cuanto a la oferta, el restaurante tendrá una amplia carta de más de 200 platos que se irán introduciendo en función de su disponibilidad en el mercado y requerimiento de la clientela. Entre semana se ofertará un menú degustación con la posibilidad de elegir 4 primeros platos y 4 segundos platos, con una inmejorable relación calidad-precio. La oferta de banquetes de carácter familiar, así como las comidas de empresa va a ser el eje fundamental del negocio.

El restaurante tendrá una clasificación de 4 tenedores por lo que dispondrá de personal de servicio uniformado, el/la maître posee conocimiento de varios idiomas, etc.

La estructura organizativa de la empresa incluye tres áreas:

- Área de elaboración de productos, que se desarrolla en la cocina y se basa en la elaboración de los menús, elaboración de la comida y presentación de los platos.

- Área de atención a la clientela, que se desarrolla en la sala y se basa en la recepción de la clientela y en servir las mesas.
- Área de gestión del negocio, en la que se incluyen tareas como el establecimiento de los precios, realización de la contabilidad, gestión de compras, etc.

La empresa contará dentro de su personal con un/a jefe/a de cocina, un/a cocinero/a a tiempo completo y otro/a a tiempo parcial, un/a pinche, tres camareros/as y un/a maître.

La empresa se situará en un local ubicado en Trujillo (Cáceres), en un lugar cercano a la zona histórica monumental, por donde transita bastante público. El local tendrá una superficie de 200 m<sup>2</sup> distribuidos en dos zonas separadas: zona de atención al público, que comprende el espacio del local destinado al servicio de la clientela; y zona de trabajo, que comprende tanto el espacio que queda detrás de la barra como la zona reservada de la vista del público para la cocina, almacén, vestuario y aseo del personal.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los servicios se requiere **una inversión inicial de 171.666 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 176.840€, de los que 76.000€ será aportado por el equipo emprendedor en forma de capital social de la empresa, 96.000€ se cubrirán mediante la solicitud de un préstamo bancario a largo plazo y el resto (4.840 €) es el pago aplazado de un mes del 10% de la inversión en maquinaria. Durante el primer año, el **resultado esperado antes de impuestos e intereses (BAII) es de 682.152 €, y en el quinto año el BAII alcanzará los 2.942.166 €**. El punto de equilibrio se consigue con un volumen de ingresos de 154.276,19 €.

Tal y como puede comprobarse, aunque la inversión inicial requerida es alta, principalmente por los elementos de transporte y por los equipos de observación, la rentabilidad del negocio es muy atractiva.

## 2. Análisis de la idea y elección del negocio

Un restaurante basado en las tradiciones, los alimentos y recetas de la cocina extremeña y portuguesa. Este es el modelo de negocio que se plantea en el presente plan de negocio.

Restaurante en el que se presenten platos con diseño innovador, aunque elaborados con los productos típicos de la gastronomía extremeña y portuguesa, como son el jamón, el bacalao, queso de Barros, aceite de oliva, pimentón de la vera, patatera, cava...

Esta zona tiene su base culinaria en su historia; así, los romanos le aportaron el ajo y el aceite. Los árabes el pan y las especias. Cantabros, astures, castellanos y otros pueblos aportaron sus propias singularidades; dando base a una cocina con personalidad propia.

En el presente negocio no se pretende desarrollar solo las recetas tradicionales, sino que se va a enriquecer la oferta culinaria con aspectos culturales, históricos y etnológicos. Extremadura, al no tener salida al mar, ofrece platos fundamentalmente cárnicos (principalmente, cerdo ibérico, cordero, cabrito y carne de caza), además de una importante variedad de hortalizas. La apertura a través de la Vía de la Plata la hizo conocer en el resto de España y recoger las tradiciones y gustos gastronómicos de otras regiones; sobre todo, las regiones colindantes. También tiene una gran variedad de quesos producidos con leche de oveja o de cabra en las zonas de La Serena, Ibores, Acehúche y un queso denominado torta de Casar que tiene una amplia aceptación en todo el territorio nacional por su calidad y peculiaridad.

El pastoreo ha sido una fuente de riqueza importante para esta región. Esto ha trasladado a su cocina; además de unas carnes de máxima calidad, una cocina sobria y adaptada a las características de la alimentación de los/as pastores/as; destacando, entre otros platos las tradicionales “migas” (elaboradas a base de pan “asentado”, troceado y cocinado de forma muy sencilla pero con gran destreza, a lo que se acompaña tradicionalmente con ajo, chorizo, tocino y pimienta; entre otros ingredientes).

La cocina extremeña tiene cierta influencia portuguesa, estando presente en sus recetas el bacalao en salazón; con platos tan tradicionales como el “bacalao dorado” o el “potaje de vigilia”.

De la repostería, destacan la cazuela de arroz, los pasteles de soletilla y la tarta denominada “técula-mécula” originaria de Olivenza y que proviene de la época árabe.

Una Oferta Turística Complementaria de calidad, en el sector restauración, puede cubrir un importante hueco en el sector Turismo de la Zona EUROACE (Extremadura, Centro y Alentejo).

Los/as turistas buscan experiencias propias del territorio y una buena forma de sentirse envuelto en su historia y cultura es través de su gastronomía. Una cocina de calidad, pero envueltas de todas sus recetas tradicionales.

En los últimos tiempos se ha producido un fenómeno mundial basado en el gusto por una gastronomía de calidad, fundamentada en los productos y recetas tradicionales. A estos platos se les ha bendecido con una “liturgia” y presentación propias que les ha hecho ser valorizados tanto por el público nacional como por el internacional.

El objetivo del presente negocio es el de ser un restaurante de alta calidad, de cuatro tenedores, que incorpore las recetas y tradiciones de la cocina extremeña. Su carta la compondrá un importante número de platos (más de 200 platos distintos) que irán rotando en función de su disponibilidad en el mercado. De esta forma, cuando sea época de caza, dispondrá de una amplia selección de estos platos (por ejemplo; perdiz, faisán, tórtola, conejo, liebre, venado, corzo, jabalí, etc.). Cuando sea época de vigilia; su cocina se basará en el omnipresente bacalao y su amplia huerta. Unirá oportunidad y calidad. Estas son las bases de una cocina de alta calidad y éxito asegurado, siempre que la acompañe una profesionalidad contrastada en la elaboración de los platos y en el servicio. Además, se tendrán en cuenta todos los pequeños detalles: reserva de mesas, menú infantil, atención en el idioma de la clientela, etc.

### 3. Equipo emprendedor

El equipo emprendedor está formado por dos profesionales en el campo de la restauración que se asocian para constituir una SL.

#### 3.1. Persona promotora 1

La primera persona promotora del negocio tiene 40 años y es natural de Extremadura. Se trata de una persona que ha cursado sus estudios en una escuela de hostelería de Extremadura. Posteriormente ha estado aprendiendo cocina de diseño con un/a prestigioso/a cocinero/a español/a, donde ha trabajado durante 20 años, por lo que tiene una amplia experiencia en el sector.

Es una persona que se considera enamorada de la historia y costumbres de su tierra para lo que pretende recuperar platos tradicionales e incorporarlos a la carta. En cuanto a sus cualidades personales destacan la orientación a los detalles, paciencia, creatividad, dedicación y pensamiento rápido.

#### 3.2. Persona promotora 2

La segunda persona promotora del negocio es procedente de la región de Centro y tiene 30 años.

Esta persona conoce ampliamente la cultura de las regiones portuguesas de Centro y Alentejo. Ha asistido a diversos cursos. En uno de ellos se ha capacitado como sumiller, aspecto en el que se va a especializar el restaurante; aportando una amplia variedad de vinos de Extremadura y Portugal.

También ha realizado un curso de Gestión de Establecimientos Turísticos, atención al cliente y otro sobre Nuevas Tecnologías Aplicadas al Sector Turístico.

Cuenta con 8 años de experiencia en el sector como freelance. Dentro de sus aficiones destaca la decoración e interiorismo, ámbito en el que posee experiencia gracias a la realización de proyectos de interiorismo en distintos establecimientos comerciales.





## 4. Descripción de la oferta

### 4.1. Características de la oferta

La actividad principal de la empresa va a consistir en un servicio de restauración de diseño basado en las tradiciones y alimentos de la zona EUROACE. Uno de los elementos que más se va a potenciar es el que haya una amplia representación de los vinos extremeños. Se va a apostar por una estrategia de posicionamiento de calidad, ambiente selecto y recuperación de los platos tradicionales del territorio seleccionado.

Se pretende que haya un equilibrio en la facturación de sus dos principales fuentes de ingresos: restaurante a la carta y celebración de banquetes y jornadas gastronómicas.

En el día a día, el restaurante tendrá una amplia carta de más de 200 platos que se irán introduciendo en función de su disposición en el mercado y requerimiento de la clientela. Entre semana se ofertará un “menú de degustación” con la posibilidad de elegir cuatro primeros platos y cuatro segundos platos, con una inmejorable relación calidad/precio. No se ofrece menú del día pues no encaja con la idea de un restaurante con gastronomía de diseño.

La oferta de banquetes de carácter familiar (bodas, comuniones, bautizos y/o comidas familiares), así como comidas de empresas va a ser eje fundamental del negocio, dado que se apoyará en conjugar la gastronomía con las tradiciones del territorio.

El restaurante tendrá una clasificación de cuatro tenedores, disponiendo de todos los servicios que contempla la normativa. Para ello dispondrá de personal de servicio uniformado, el/la maître tiene conocimiento de cuatro idiomas –castellano, portugués, inglés y francés-, etc.

Dentro de la oferta del restaurante, se organizarán a lo largo del año diferentes jornadas gastronómicas coincidiendo con la oportunidad que ofrecen los diferentes eventos del año. Así, se ofrecerá una amplia oferta culinaria de diferentes productos en función de su disponibilidad en el mercado (caza, setas, marisco, etc.) o de los usos y costumbres del territorio (bacalao en vigilia, etc.).

Se contempla además una amplia representación de vinos de la zona.

La función de sumiller, fundamental para una buena gestión del negocio, la desarrollará la persona promotora que dispone de dicha formación.

La decoración e interiorismo del local son esenciales en el concepto de negocio que se quiere poner en marcha. Se ha hecho mezclando mobiliario tradicional del territorio con otro más moderno y funcional. Todo ello, con el más exquisito gusto y respeto a las tradiciones. La lencería y menaje, así como el mobiliario, son de la máxima calidad.

## 4.2. Aspectos Diferenciales

La principal ventaja diferencial con respecto a las empresas competidoras radica en que la oferta gastronómica se basa en las costumbres y tradiciones culinarias de la euro región EUROACE (Extremadura, Centro y Alentejo), aprovechando de esta manera los recursos naturales que ofrecen estas tres regiones.

Además, el interiorismo y decoración del local estarán acorde con la historia y costumbres que se quieren transmitir con la oferta gastronómica.

Otro de los aspectos que se van a cuidar de forma especial es la carta de vinos, con amplia representación de los tres territorios.

Especial aspecto a destacar va a ser la atención a la clientela. Para ello, además de ofrecerle todos aquellos aspectos que recoge un restaurante de este nivel (parking, guardarropa, servicio de reservas de mesas, etc.), serán atendidos por un personal cuidadosamente seleccionado y formado en la atención al cliente, con idiomas y amplios conocimientos culinarios, de las tradiciones y costumbres de los territorios representados.

Otros elementos diferenciadores:

## WEB DE RESERVAS

Se creará una página web a través de la cual los/as clientes/as puedan valorar la variada oferta del restaurante, reservar mesas sobre plano del local para seleccionar entre las mesas disponibles en ese momento y sugerir o solicitar cualquier tema concreto. Por ejemplo, podrá solicitar un menú infantil específico, un menú de régimen o para personas con alguna intolerancia (diabéticos, celíaco, de régimen, etc.) o preferencias específicas (por religión, por ser vegetariano/a, etc.).

Esta página se ofrecerá en varios idiomas, con la idea de acercar el servicio al público objetivo.

## OTROS BENEFICIOS

Siguiendo las costumbres establecidas en otros países, se les preparará la comida y/o vino sobrantes del servicio pagado para que los/as clientes/as puedan disfrutarlo posteriormente en sus domicilios. Al ser platos abundantes, puede darse la situación de que sobre una importante cantidad de comida que puede degustarse plácidamente al día siguiente en sus hogares.

### 4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

El/la cliente/a que elige este tipo de restaurante de diseño, nacional o extranjero, busca degustar una cocina de alta calidad y vivir las experiencias de las tradiciones y costumbres de los tres territorios, en base a los alimentos típicos como a la forma de elaboración y presentación de los platos.

La empresa va a diseñar diferentes cartas de platos tradicionales que irá variando a lo largo del año en función de su idoneidad y disposición en el mercado.

Se contemplará cubrir las necesidades de la población local y más cercana con aperitivos y menús del día a lo largo de la semana. Para los/as visitantes nacionales o extranjeros, preparará una variada oferta culinaria basada en los platos típicos del territorio que irán regados con vinos autóctonos.

#### 4.4. Propiedad Industrial e intelectual y registro de marca

El “Plan Nacional Integral de Turismo” del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, refleja la importancia de la Ley de Propiedad Intelectual en el sector turístico.

La vigente Ley de Propiedad Intelectual es el Texto Refundido aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril. En esta Ley habrán de enmarcarse todas las actuaciones que la empresa realice y que tengan conexión con marcas, patentes, sistemas de producción, etc. propiedad de otras entidades y organismos o de otras personas.

## 5. Análisis del mercado

### 5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

Dentro del Sector de la Hostelería y Restauración, el segmento formado por restaurantes y puestos de comida es, después de los bares, el siguiente más numeroso, con 73.023 locales en 2012. Han crecido desde 2008 en cerca de 3.000 establecimientos. Representan el 43% de la producción del sector y en 2012 facturaron 40.435 millones de euros, un 4,1% menos que en 2008. Estos datos vienen dados por la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR).

Todo este conjunto de establecimientos dio empleo en 2012 a 1.322.200 personas, según la Encuesta de Población Activa (EPA), de las cuales 1.006.600 corresponden al sector de restauración y los 315.600 restantes al alojamiento.

El siguiente cuadro muestra los establecimientos turísticos, en general, de Extremadura en el año 2012.



**ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN EXTREMADURA 2.012**

	Badajoz		Cáceres		Extremadura	
	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas
<b><u>Paradores 4 estrellas</u></b>						
Paradores 4 estrellas	2	265	5	492	7	757
<b><u>Hoteles</u></b>						
Hoteles 5 estrellas	2	260	2	112	4	372
Hoteles 4 estrellas	20	2.629	25	2.854	45	5.483
Hoteles 3 estrellas	30	2.825	21	1.742	51	4.568
Hoteles 2 estrellas	32	1.219	24	1.104	56	2.323
Hoteles 1 estrellas	20	582	31	1.057	51	1.639
Hotel Apartamento 3 estrellas	2	112	0	0	2	112
Hotel Apartamento 1 estrella	0	0	1	48	1	48
<b><u>Hostales</u></b>						
Hostales 2 estrellas	36	830	66	1.701	102	2.531
Hostales 1 estrella	60	1.299	65	1.260	125	2.559
<b><u>Pensiones</u></b>						
Pensiones	20	248	32	369	52	617
<b><u>Apartamentos turísticos</u></b>						
Apartamentos turísticos	9	152	72	1.076	81	1.228
<b><u>Albergues turísticos</u></b>						
Albergues turísticos	10	379	19	867	29	1.246
<b><u>Camping</u></b>						
Camping 1ª categoría	2	555	11	4.206	13	4.581
Camping 2ª categoría	1	333	15	5.228	16	5.561
Camping 3ª categoría	0	0	1	200	1	200
<b><u>Hoteles rurales</u></b>						
Hoteles rurales	12	301	48	1.164	60	1.465
<b><u>Apartamentos rurales</u></b>						
Apartamentos rurales	26	400	211	3.126	237	3.526
<b><u>Casas rurales</u></b>						
Casas rurales	98	707	312	2.720	400	3.427
<b><u>Restaurantes</u></b>						
Restaurantes de 1ª categoría	3	700	4	325	7	1.025
Restaurantes de 2ª categoría	12	2.115	21	2.537	33	4.652
Restaurantes de 3ª categoría	154	24.776	240	26.995	394	51.771
Restaurantes de 4ª categoría	630	48.328	571	37.784	1.201	86.112
<b><u>Cafeterías</u></b>						
Cafeterías de 1ª categoría	6	608	4	269	10	877
Cafeterías de 2ª categoría	30	2.340	22	1.857	52	4.197
Cafeterías de 3ª categoría	169	9.894	280	12.836	449	22.732

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del informe Extremadura en Cifras 2012.

Instituto de Estadística de Extremadura.

En Portugal, el sector aporta al menos un 11% al PIB nacional, aunque el gran peso del sector se sitúa en el Algarve, Lisboa y Madeira. El perfil turístico del Alentejo se caracteriza por el bajo crecimiento y la fuerte dependencia del mercado nacional, por una tasa de ocupación inferior a la nacional (29% y 38%, respectivamente) y decreciente, y por una oferta hotelera basada en establecimientos de 4 y 3 estrellas, tal y como refleja el informe “Una estrategia para la Eurorregión Alentejo- Centro-Extremadura”. EUROACE 2020.

Del mismo informe se extrae que la región de Centro también registra una fuerte dependencia del mercado emergente, con niveles de ocupación igualmente bajos pero estables (28%), y un gran peso de las pensiones en la oferta de alojamiento (44%), con muy pocos hoteles 5 estrellas. A pesar de que ambas regiones poseen una gran extensión de costa, la percepción predominante es que son destinos de interior.

## 5.2. Análisis del entorno

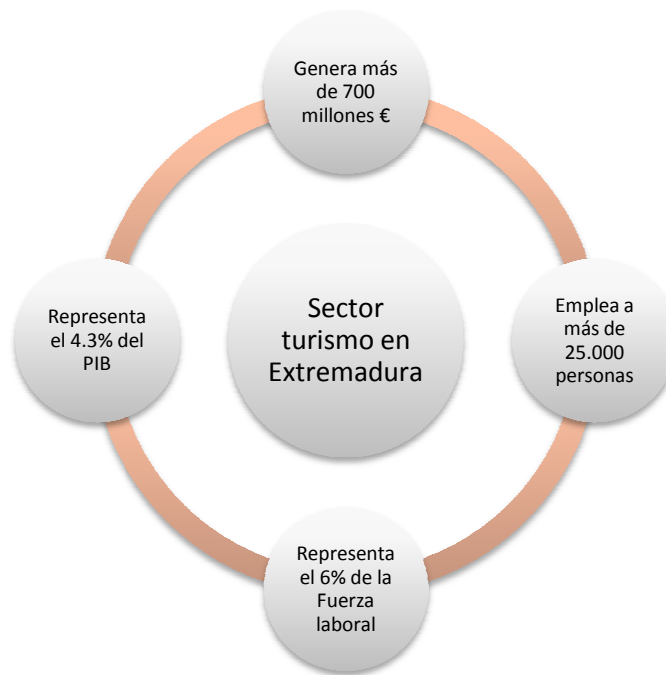
La zona EUROACE es una región con un patrimonio cultural y natural que la convierte en un gran atractivo turístico. La riqueza natural y paisajística de la zona y su magnífico estado de conservación (debido a la baja densidad de población), sitúa en posición ventajosa a las empresas de turismo que operan en el territorio. Por ello, cuanto mejor aproveche la empresa los recursos de la zona, mayor será su ventaja competitiva respecto de las demás empresas que operan en el entorno.

El territorio de la EUROACE se extiende al espacio geográfico del Alentejo, Región Centro de Portugal y Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 Km<sup>2</sup> con 3.388.563 de residentes (6% de la población peninsular).

Su localización estratégica en el suroeste peninsular y respecto de grandes áreas metropolitanas como Madrid, Lisboa, Sevilla y Oporto, así como de la fachada atlántica y la diagonal continental, otorgan a este territorio posición privilegiada en el marco de la nueva Estrategia Territorial Europea.

Extremadura posee una gran variedad de recursos culturales, artísticos y medioambientales a partir de los cuales poder generar riqueza y actividad económica. La puesta en valor de dichos recursos permitirá a la región aumentar su competitividad. Extremadura cuenta con casi 42.000 Km<sup>2</sup> de extensión y apenas un millón de habitantes, lo que la convierte en una de las regiones menos pobladas de España. Esta característica, unida a la baja industrialización, determina que la región cuente con un inmejorable estado de conservación de su medio natural. Las zonas rurales ofrecen un gran interés cultural y medioambiental.

Esta comunidad autónoma española cuenta con una historia turística breve ya que no hace más de una década que se organizan planes de promoción y comercialización de forma ordenada y constante. Hasta entonces, los/as turistas visitaban Extremadura atraídos por el turismo patrimonial y cultural de ciudades como Cáceres, Mérida y Trujillo. En los últimos años, las Administraciones Públicas y el conjunto de empresas del sector turístico han realizado un gran esfuerzo que se ha visto recompensado con un gran crecimiento tanto en el número de establecimientos y servicios como en la calidad de los mismos. El Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015 ofrece los siguientes datos sobre el sector turístico en Extremadura:



El flujo de visitantes de Extremadura se encuentra en un crecimiento continuo durante los últimos años, según el “Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015”. El desarrollo adecuado de la actividad turística debe basarse en proyectos integrales y productos turísticos que pongan de manifiesto el potencial de los recursos de la región.

En cuanto a la normativa aplicable al sector turístico, habrá que observar la legislación turística en España y Portugal.

En España, la función legislativa en materia de promoción y ordenación del turismo recae en cada comunidad autónoma, por lo que se expone la normativa de Extremadura en este ámbito:

- Decreto 181/2012, de 7 de septiembre, por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad de Extremadura. La Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura, haciéndose eco del carácter estratégico del sector turístico, ha venido a establecer un nuevo marco jurídico con la finalidad de impulsar la generación de empleo y el crecimiento económico. En dicho cuerpo legal se contiene una relación exhaustiva de las modalidades y definiciones de las empresas de restauración, las cuales son objeto de regulación en el presente Decreto.

Esta norma pretende simplificar y agilizar los trámites que las referidas empresas realizan con la Administración turística, de ahí que se haya optado

por simplificar el régimen de publicidad de precios y sustituir la exigencia de autorización por la preceptiva declaración responsable, optando por un control a posteriori de la actividad por parte de la Administración.

En Portugal hay varias normas que regulan el turismo:

- Lei n.º33/2013 - Regime jurídico das Áreas Regionais de Turismo de Portugal Continental. Establece el marco legal de las áreas regionales de turismo, entre ellas Centro y Alentejo.
- Decreto Lei nº191/2009, de 17 de Agosto. Se establecen las bases de la política de turismo público como un sector estratégico.
- Decreto-Lei nº 187/2009, de 12 de Agosto. Política turística regional.
- Res. do Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de Abril. Plan Estratégico Nacional de Turismo.

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 demanda de este tipo de negocio, aunque de un nivel socioeconómico medio-alto, se va a conformar por distintos perfiles de clientes/as. El objetivo será captar clientela para que el nivel de ocupación a lo largo de la semana y en sus diferentes franjas horarias, obtenga una alta tasa de cobertura.

Los/as clientes/as se pueden dividir en los siguientes segmentos:

- Personas de alto nivel adquisitivo. Particulares que buscan un lugar agradable en el que almorzar o cenar y que cumpla con sus expectativas en cuanto a calidad y creatividad de los platos.
- Trabajadores/as que comen fuera de casa. El número de personas que comen fuera de casa ha aumentado debido a la incorporación de la mujer al mercado laboral.
- Turistas y público de fin de semana.
- También, en función a la capacidad o dimensión del negocio, éste se puede dirigir a la organización de comidas de empresa o celebraciones.

Respecto a los/as particulares de alto nivel adquisitivo, en el municipio de Trujillo, lugar en el que se va a localizar el restaurante, residen las siguientes personas según su situación profesional:

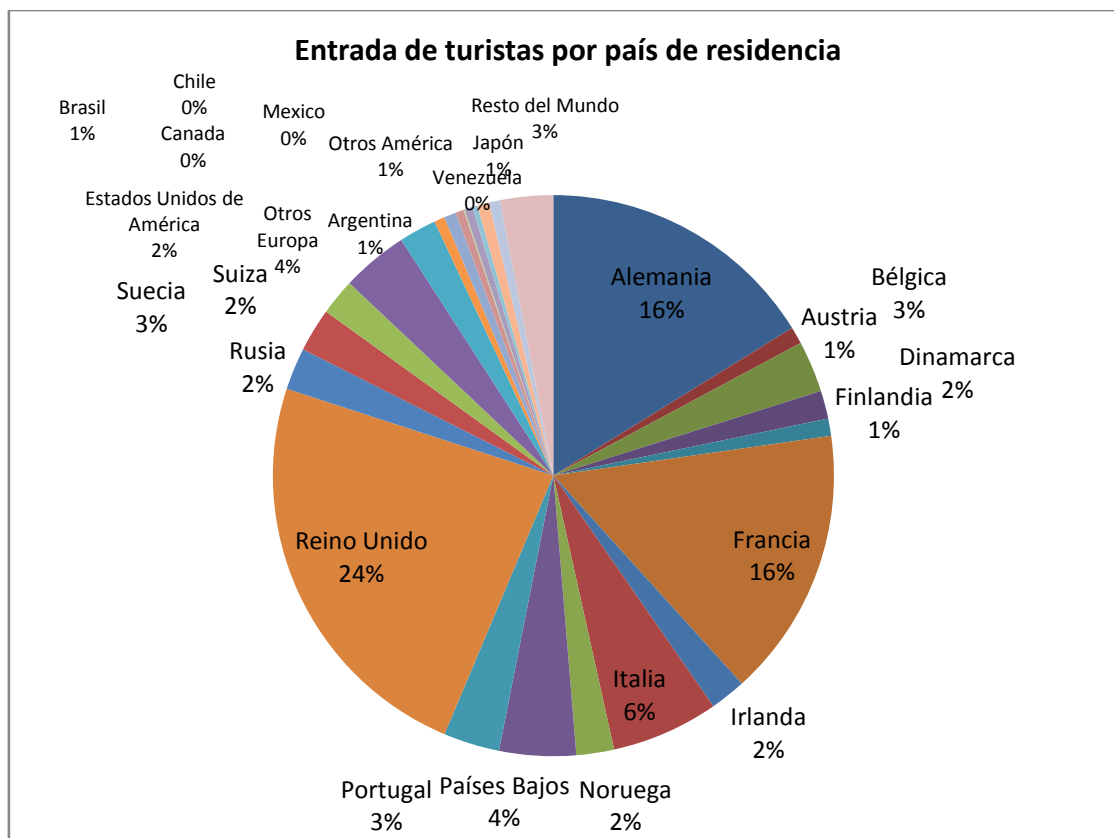
Situación profesional	Residentes en viviendas principales
Empresario/a que emplea personal	335
Empresario/a que no emplea personal	360
Trabajador/a fijo o indefinido	2.505
Trabajador/a eventual o temporal	1.340
Ayuda familiar	125
Miembro de cooperativas	15
No es aplicable	4.655
<b>TOTAL</b>	<b>9.335</b>

*Fuente: Censo de Población y Viviendas 2011. Instituto Nacional de Estadística*

Detrayendo las personas que están en situación de ayuda familiar, el número total de residentes es de 9.210. A ello, se le aplicará el porcentaje de personas con alto nivel adquisitivo. Según la Encuesta de Presupuestos Familiares (Censo 2011), el porcentaje de hogares españoles cuyo nivel de ingresos mensuales netos regulares supera los 2.500 euros es del 24,55%. La demanda potencial de particulares con alto nivel adquisitivo se estima en 2.261 personas.

A ello se le sumarán las personas trabajadoras, los/as turistas y las empresas.

En lo que respecta al turismo, la empresa se centrará tanto en turistas nacionales como en extranjeros/as, debido a la gran afluencia de turistas de fuera de las fronteras de la Eurozona que vienen a España y Portugal país, especialmente desde Reino Unido, Alemania y Francia. Por ello, el personal tendrá conocimiento de varios idiomas.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos de 2012.

## 5.4. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia hay que distinguir tres tipos principales de competencia:

- *Restaurantes de similares características a los descritos en este proyecto ubicados en la misma zona de influencia.* Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación del negocio ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida y apostar por la diferenciación.
- *Restaurantes ubicados en alojamientos turísticos,* principalmente rurales. Supondrán una fuerte competencia principalmente en el segmento de turistas, que disponen en su propio alojamiento de una oferta de restauración con productos típicos de la zona. La ventaja competitiva del negocio aquí se basa en la creatividad de la cocina.
- *Otros establecimientos que ofrecen productos sustitutos:* establecimientos de comida rápida (pizzerías, hamburgueserías...), de comida exótica, bares, cafeterías, establecimientos que elaboran comida para servir a domicilio...

Aquí hay que señalar que en muchos casos la existencia de competencia en la zona de influencia del local puede resultar beneficiosa pues genera afluencia de público.

En cuanto a la competencia de este proyecto de restaurante, la más directa son los restaurantes de cuatro tenedores. Los de categoría lujo, por el alto precio de sus menús no se entienden como competencia directa.

### RESTAURANTES CATEGORÍA CUATRO TENEDORES DE EXTREMADURA 2.013

Nombre	Provincia	Municipio	Modalidad	Categoría
ALDEBARAN	Badajoz	BADAJOZ	Restaurante	4 Tenedores
MIRADOR DEL GUADIANA	Badajoz	BADAJOZ	Restaurante	4 Tenedores
LOS CANCHALES	Cáceres	PEDROSO DE ACIM	Restaurante	4 Tenedores
MERIDA PALACE	Badajoz	MERIDA	Restaurante	4 Tenedores
ATRIO	Cáceres	CACERES	Restaurante	4 Tenedores
PALACIO DE LOS ARENALES	Cáceres	CACERES	Restaurante	4 Tenedores
PARADOR DE TURISMO	Cáceres	JARANDILLA DE LA VERA	Restaurante	4 Tenedores

Fuente: Consejería de Turismo de Extremadura

En categoría de tres tenedores, hay censados 33 restaurantes de Extremadura.



## 6. Plan de Marketing

### 6.1. Establecimiento de precios

Este establecimiento va a disponer de una amplia gama de productos y servicios acordes con su clasificación de restaurante de cuatro tenedores y de diseño. Dispondrá de un servicio de cafetería independiente al comedor.

El precio medio por persona será de 30 euros, IVA aparte, que estará condicionado por el tipo de comida y las bebidas seleccionadas. Un vino de alta calidad hará subir de forma importante la cuenta.

No se contempla un menú del día, aunque sí se va disponer de un menú de degustación con platos tradicionales y diseño a un precio bastante competitivo. Su precio medio será de 45 euros sin IVA.

La estrategia de precios para un negocio que se basa en una cocina de diseño utilizando los productos tradicionales de la tierra va a estar fundamentada en ofrecer una alta calidad a un precio competitivo. Algunas experiencias similares, en España y Portugal, han obtenido una magnífica respuesta habiendo conseguido lista de espera para ocupar una mesa. Conseguir distinciones y premios por su calidad permitirá que el precio sea visto por la clientela como asumible.

El precio para algunos platos y productos va a estar condicionado por el coste de la materia prima. Por ello, se va a priorizar la “cocina de mercado”, utilizando aquellos productos que están en óptimas condiciones de consumo y su precio es asumible.

El coste de cada plato se calcula a través de la suma de la materia prima, los tiempos de elaboración (horas de trabajo del personal), suministros, amortización de la maquinaria, etc. Usualmente el coste de elaboración de cada plato no podrá sobrepasar el 40% de su precio de venta. Hay que contemplar el importante coste que representa la comida que se tiene que tirar por caducidad.

En el caso de reserva de grupos (celebraciones de empresas, reuniones familiares, banquetes, etc.), se procederá a cobrar un 10% por anticipado.

El precio medio del menú de banquete será de 75 euros más IVA, pudiéndose superar si se eligen platos de mayor coste. El servicio de bebidas de graduación se suele negociar aparte del menú.

El menú de reuniones de empresa, de degustación o de jornadas gastronómicas va a estar en torno a los 45 euros. Son precios medios que están utilizando los restaurantes de una categoría similar a este restaurante.

A continuación se muestran los precios medios para cada tipo de menú:

PRODUCTO	PRECIO POR PERSONA
Menú individual	30 €
Menú degustación	45 €
Menú banquete	75 €
Menú reuniones de empresa	50 €

## 6.2. Canales de Distribución

La base del éxito de este negocio va a estar en ofrecer un excelente servicio a la clientela, tanto en la elaboración de los platos como la propia atención al cliente. Cada emprendedor/a tiene su papel. El/la cocinero/a, que será un/a de los/as dos promotores/as, tendrá que elaborar una cuidada cocina de diseño basada en los productos tradicionales del territorio y a un precio competitivo.

El/la emprendedor/a que desarrolla las relaciones públicas del negocio, además de las tareas propias de sumiller, tendrá las funciones de atender al público, con destreza en los idiomas, y cubrir sus expectativas. Un servicio de calidad garantiza el éxito del restaurante. Conseguir una clientela fiel que repita y recomiende el restaurante a familiares y amigos/as va a ser base para tener un alto nivel de ocupación de las mesas.

El principal canal será, obviamente, la venta directa, en el que la comercialización del servicio se realiza en el establecimiento.

La estrategia de comercialización se va establecer en los siguientes elementos:

### 1) Identificar la población objetivo

Será fundamental identificar quiénes son los/as clientes/as potenciales del restaurante para poder orientar la política de comunicación y cuantificar este mercado. Un estudio de mercado donde se recojan los gustos, preferencias y expectativas de la población potencial consumidora sería fundamental.

### 2) Preanunciar la apertura

Una vez que se conozca la fecha de apertura, ésta se tiene que convertir en algo especial para la ciudad y territorio donde se inaugura. Si esta apertura se hace con la presentación de un evento con la asistencia de personalidades y autoridades de prestigio, con la consecuente repercusión en los medios de comunicación, puede constituir un fuerte impulso al proyecto.

Hay que preparar, con tiempo, esta apertura para tener garantías de no “morir de éxito”. Hay negocios que se anuncian “a bombo y platillo” y el día de su inauguración no son capaces de hacer frente a la avalancha de clientela que se acercan a esta apertura y se convierte en un espectacular fracaso. Habrá que medir y controlar la asistencia de este día, reforzar el personal tanto en la cocina como en los servicios a las mesas, cuidar el protocolo con las

autoridades, preparar un menú que supere las expectativas de los/as asistentes, tener un detalle con los/as clientes/as (un pequeño obsequio de bienvenida), identificar a los/as asistentes y entregarles una tarjeta de ventajas y beneficios con el restaurante (reservas, descuentos, regalos, etc.).

### 3) Una apertura de éxito

El día de la inauguración tiene que ser un día especial para el negocio. Los/as clientes/as, las autoridades y personalidades, los medios de comunicación y todo el entorno deben guardar en su memoria este día como un día de grato recuerdo. Para esto será importante cuidar los pequeños detalles: ubicar los comensales por reserva previa, preparar el evento con sumo cuidado, que el/la cliente/a se sienta superado en sus expectativas por la oferta gastronómica de ese día, magnífica atención del personal, decoración acorde con el evento, etc.

Este acontecimiento debe ser aprovechado para lanzar el negocio a la población objetivo. Los medios de comunicación publicarán el evento que tendrá amplia repercusión, los/as clientes/as satisfechos harán publicidad del negocio (comunicación oral, la más efectiva), se lanzará mensajes del evento y de próximos actos y jornadas a través de las redes sociales, etc.

### 4) Consolidar imagen

Habrà que consolidar la imagen a través del posicionamiento del producto como restaurante de diseño de alta calidad y basado en las tradiciones gastronómicas del territorio. Conjuntamente con este posicionamiento diferenciador de la oferta de restaurantes en el territorio, tiene que haber una planificación de eventos y jornadas que se comunicará con tiempo a la clientela. Es básico cuidar la imagen del negocio para lo que se tendrá que cuidar las relaciones con los medios de comunicación como las redes sociales.

### 5) Crecimiento del negocio

La empresa tendrá que desarrollar una estrategia de crecimiento del negocio basada en captar los diferentes nichos de mercado, así como la evaluación de los resultados de las diferentes acciones. La empresa deberá abordar instaurar un sistema de calidad que le proporcione instrumentos de mejora continua del negocio.



## Acciones

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

1. Marketing directo: Como se comentó en el apartado anterior se va a hacer un gran esfuerzo en el lanzamiento del restaurante, haciendo coincidir su apertura con la organización de un impactante evento local. Se utilizarán medios de comunicación tradicionales (encarte publicitario del evento en prensa diaria local, cuñas de radio, invitaciones a personalidades y autoridades y posterior rueda de prensa para presentar el evento, etc.).

También se utilizarán otros canales como correo electrónico, otros blogs, páginas web, social media.

2. Marketing indirecto: a través de la puesta en marcha del blog el cual se intentará tener totalmente actualizado, para que se posicione en los primeros puestos de los resultados de los principales buscadores en internet. En caso de que no se logre una notoriedad significativa en los primeros meses, se optará por contratar a un consultor SEO.

También se incluye dentro del marketing relacional la creación de un perfil de la empresa en las principales redes sociales y profesionales existentes actualmente en la red. Es necesario que se recomiende el local. Para ello, se debe tener una web profesional, atractiva, intuitiva y totalmente actualizada.

3. Marketing relacional. Será imprescindible planificar un amplio programa de eventos a lo largo de todo el año coincidiendo con acontecimientos concretos. De esta forma, en época de caza se puede organizar unas jornadas gastronómicas en torno a este preciado producto y girar el acto con asociaciones de caza o de sociedades gastronómicas amantes de las tradiciones.

## 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

La empresa contará con un local ubicado en Trujillo, en la comunidad de Extremadura, en un lugar cercano a la zona histórica-monumental, por donde transita bastante público tanto local como foráneo.

El local tendrá una superficie de 200 m<sup>2</sup> distribuida en dos zonas separadas:

- Zona de atención al público. Comprende el espacio del local destinado al servicio de la clientela. Esta zona debe disponer de dos áreas correspondientes al bar y al comedor. Además se deben adecuar aseos para el público.
- Zona de trabajo. Esta zona se divide en el espacio que queda detrás de la barra y otra zona reservada de la vista del público para la cocina, almacén, vestuario y aseo del personal.

#### 7.1.2. Equipos necesarios para la prestación de servicios

- **Mobiliario y decoración**

El mobiliario básico estará compuesto por los elementos que se citan a continuación:

- Elementos decorativos del comedor.
- Barra, frente mostrador, estanterías y muebles trasteros.
- Carro de entremeses y carro de pastelería
- Aparador, vitrinas y estanterías para comedor y para almacén.
- 25 mesas y 100 sillas de comedor.

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 al negocio y teniendo siempre presente que todos los materiales que

integren el establecimiento que estén en contacto directo con el producto deben ser hidrófugos y atóxicos.

Respecto a la decoración, es necesario crear un espacio cálido y acogedor con rincones agradables, para que el/la cliente/a se sienta a gusto. Se incorporarán elementos tradicionales de la zona, como muestras de artesanía.

- **Stock inicial y materiales de consumo**

La primera compra de existencias según empresas especializadas en el sector tendría que ser:

- Primera compra de existencias: alimentos y bebidas.
- Otros materiales: servilletas, manteles, material de imprenta, material de limpieza...

Con esta cantidad sólo se cubre una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses en ampliar el surtido y adecuar la oferta a la de los/as demás clientes/as.

- **Equipamiento**

Este equipamiento estará formado por los distintos elementos que permitan la elaboración de los productos y su correcta conservación, así como la limpieza de los distintos materiales empleados en el desarrollo de las actividades.

Incluye:

- Maquinaria para la preparación de productos: horno, cocina, cafetera y molinillo de café, plancha de asar, tostador, batidora, exprimidor...
- Maquinaria para la conservación y el mantenimiento: congelador, cámaras y vitrinas frigoríficas...
- Otra maquinaria: máquina de hacer hielo, fregadero, lavavajillas, lava-vasos...



### 7.1.3. Descripción detallada del proceso de prestación del servicio.

El inicio del proceso productivo del restaurante se inicia, de cara a la clientela, con la recepción al/la cliente/a que hace un/a camarero/a. Éste/a intentará buscarle una mesa que cubra sus expectativas. Todo el proceso está bajo la supervisión del/la maître.

Una vez que el/la cliente/a y sus acompañantes hayan ocupado su mesa, se les ofrecerá la carta y una selección de vinos, donde abundarán los vinos típicos de la zona. Mientras deciden la carta, se les servirá las bebidas con un aperitivo de la casa.

Cuando hayan decidido, el/la maître tomará los pedidos, asesorando en todo momento los platos más recomendables.

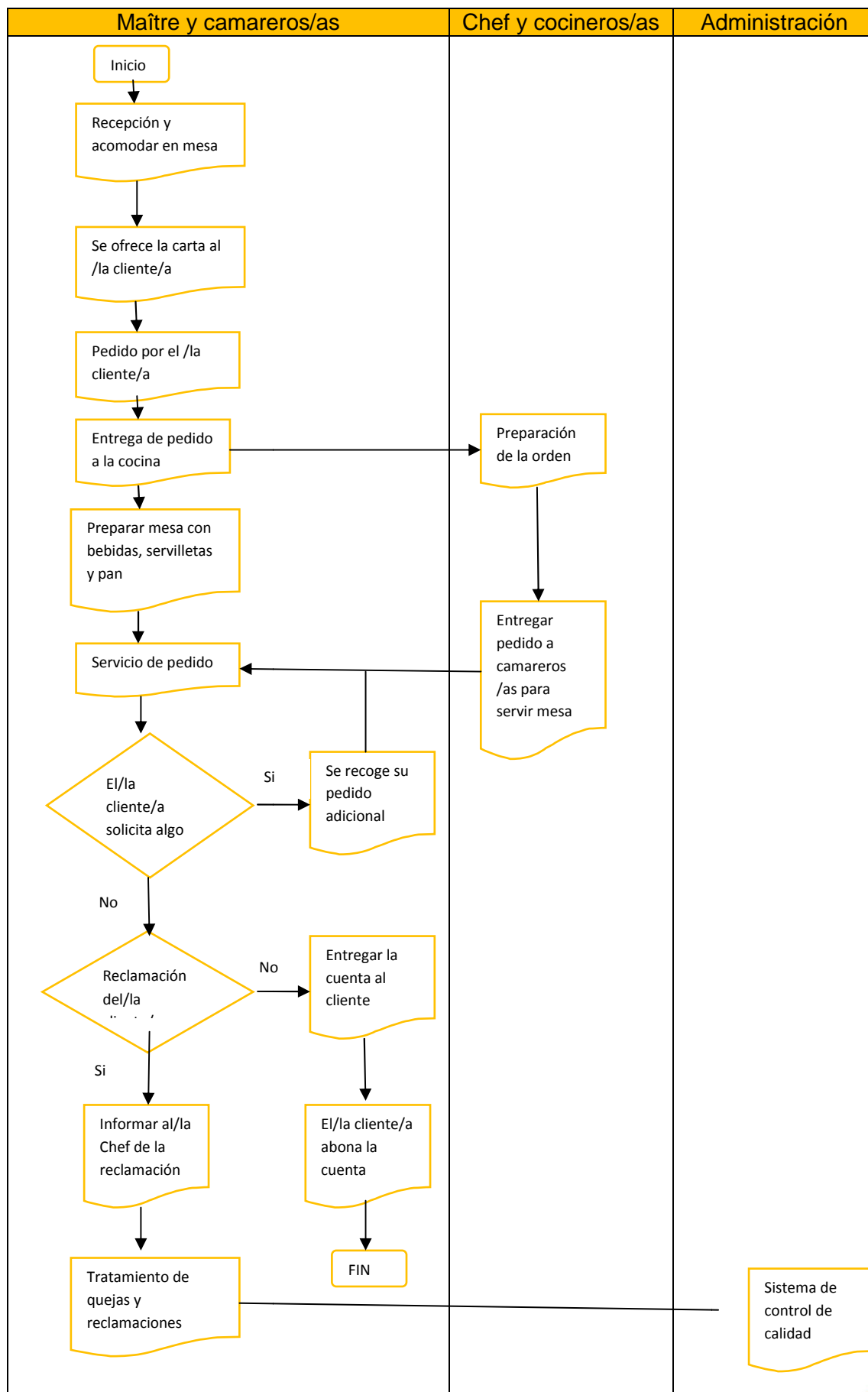
Elegido el pedido, se pasará la comanda a la cocina, donde se priorizará en orden de los pedidos para su preparación y entrega. Mientras la cocina termina de preparar los platos, el/la camarero/a asignado a la mesa prepara la mesa con los cubiertos necesarios, servilletas y el surtido de pan.

Una vez preparado el pedido por la cocina, el/la camarero/a servirá la mesa y estará pendiente de cualquier requerimiento por su parte, como bebidas adicionales, servilletas, pan, etc. En todo momento estará pendiente de servir el vino, que estará preparado a la temperatura ideal requerida por el/la cliente/a.

Después de los postres, se les ofrecerá café y copa. Una vez finalizada la comida se le presentará la cuenta que será cancelada por el medio de pago elegido por el/la cliente/a (efectivo o tarjetas).

Se atenderá cualquier reclamación del/la cliente/a, intentando compensar el fallo con su subsanación y una recompensa (por ejemplo, un detalle de la artesanía tradicional de la zona). En cualquier caso, con los postres se pasará un pequeño cuestionario de satisfacción del servicio para recabar su opinión y hacer el tratamiento que implica un sistema de gestión de la calidad.

Todo el proceso productivo se establece como esquema en la siguiente figura:



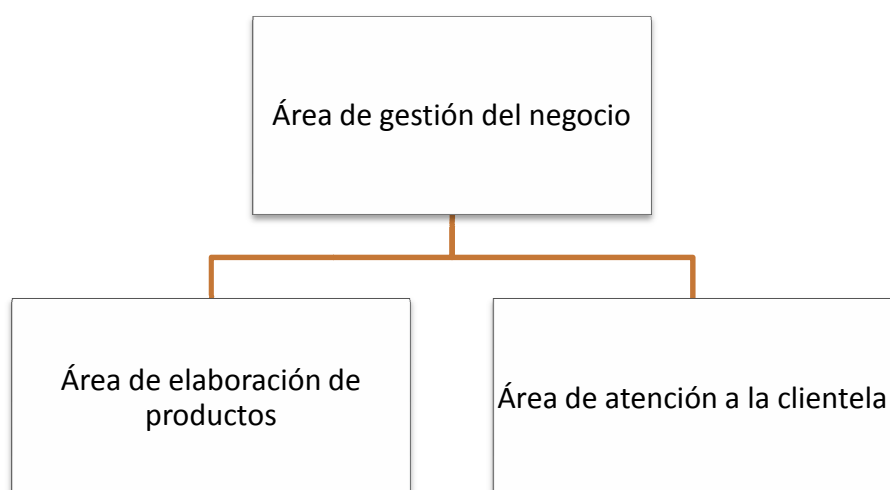
## 7.2. Recursos humanos

### 7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian tres áreas dentro de este negocio:

- Área de elaboración de productos. Se desarrolla en la cocina y se basa en la elaboración de los menús, elaboración de la comida y presentación de los platos.
- Área de atención a la clientela. Se desarrolla en la sala y se basa en la recepción de la clientela y servir las mesas.
- Área de gestión del negocio. Se incluye tareas como el establecimiento de precios, realización de la contabilidad, gestión de compras...

El organigrama de la empresa tendrá la siguiente estructura:



### 7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

#### *Jefe/a de cocina*

Sus funciones principales son, entre otras, organizar la cocina, elaborar los menús, inventar nuevos platos, innovar, supervisar el producto final y la presentación del plato. El/la jefe/a de cocina será uno/a de los/as dos personas promotoras del negocio.

#### *Cocinero/a*

Se encarga de la elaboración propia de la comida.

El restaurante contará con un/a cocinero/a a tiempo completo y otro/a a tiempo parcial, permitiendo así que se turnen para una prestación de servicios completa.

*Pinche*

Se encargará de ayudar al/la cocinero/a, ocupándose de la primera fase de la cadena: pelar patatas, limpiar verdura, carne, etc.

*Camarero/a*

Realiza las labores de servir mesas.

La empresa contará con tres camareros/as a tiempo completo.

*Maître*

Persona encargada de la sala de restaurante, su función es la de recibir a la clientela, supervisar el trabajo de los/as camareros/as y organizar turnos.

Este puesto lo desempeñará la segunda persona promotora del negocio.

### 7.2.3. Gestión de los recursos humanos

## Selección

Para la selección de los recursos humanos se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados y de redes profesionales.

La selección se hará mediante entrevista personal por parte de los/as promotores/as de la empresa.

## Contratación

La contratación de uno/a de los/as cocineros/as, de los/as camareros/as y del/la pinche se hará a tiempo completo, mientras que la contratación del/la segundo/a cocinero/a será a tiempo parcial.

Los/as promotores/as del negocio desempeñarán las funciones de jefe/a de cocina y maître, respectivamente, cubriendo ambos/as una jornada laboral completa.

### 7.3. Forma jurídica

Se ha elegido como forma jurídica para la constitución de la empresa la Sociedad Limitada (S.L.).

Se ha elegido esta forma jurídica por tener las siguientes ventajas (texto extraído del CIRCE, Centro de Información y Red de Creación de Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo):

Ventajas:

- Modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, con socios/as perfectamente identificados/as e implicados/as en el proyecto con ánimo de permanencia. Régimen jurídico más flexible que las sociedades anónimas.
- La responsabilidad de los/as socios/as por las deudas sociales está limitada a las aportaciones a capital, siendo el mínimo de 3.000 €.
- Libertad de la denominación social.
- Gran libertad de pactos y acuerdos entre los socios/as.
- Capital social mínimo muy reducido y no existencia de capital máximo.
- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio/a.
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero.
- No es necesaria la valoración de las aportaciones no dinerarias por un/a experto/a independiente, tampoco su intervención o la de un/a auditor/a en ampliaciones de capital.
- Sin límite mínimo ni máximo de socios/as.
- Posibilidad de nombrar Administrador/a con carácter indefinido.
- Posibilidad de organizar el órgano de administración de diferentes maneras sin modificación de estatutos.
- Se puede controlar la entrada de personas extrañas a la sociedad.
- No existe un número mínimo de socios/a trabajadores/as.
- Fiscalidad interesante a partir de determinado volumen de beneficio.
- Posibilidad de fijar un salario a los/as socios/as que trabajen en la empresa, además de la participación en beneficios que le corresponda.

No obstante, se deben tener en cuenta los siguientes inconvenientes:

- Restricción en la transmisión de las participaciones sociales, salvo cuando el adquirente sea un familiar del/la socio/a transmitente.

- La garantía de los/as acreedores/as sociales queda limitada al patrimonio social.
- Obligatoriedad de llevar contabilidad formal.
- Complejidad del Impuesto sobre Sociedades.
- No hay libertad para transmitir las participaciones.
- Necesidad de escritura pública para la transmisión de participaciones.
- En cuanto a la gestión, mayores gastos que el/la empresario/a individual o las comunidades de bienes o sociedades civiles.
- Prohibición de competencia al/la Administrador/a, salvo autorización de la Junta.
- Los/as socios/as siempre son identificables.
- No puede emitir obligaciones.
- No puede cotizar en Bolsa.
- La falta de ejercicio de la actividad durante tres años consecutivos es causa de disolución.

En general, en este tipo de sociedad de capital, existe la necesidad de que alguien ejerza las funciones de administrador/a de empresa. Esta figura puede corresponderse con la función que desempeñe alguno/a de los/as socios/as o bien contratar los servicios de un/a administrador/a externo/a. En el caso de que ejerza las funciones de administración uno/a o varios/as de los/as socios/as, deberá darse de alta como autónomo/a y cotizar en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos/as (RETA). En el caso de administrador/a externo/a, supondrá un gasto más para la empresa.

El capital social de esta nueva empresa va a ser de 76.000 €, participando los/as dos socios/as con el mismo porcentaje (50%). En este caso, aunque sólo uno/a de los/as socios/as va a ser administrador/a, los/as dos van a trabajar en la empresa. Al ser las participaciones de cada uno/a de ellos igual o superior al 33%, tienen la obligación de darse de alta como autónomos/as y por tanto cotizar en el RETA.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudiría 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"> <li>- La empresa es desconocida</li> <li>- Perfil de los/as trabajadores/as muy especializado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estacionalidad de la demanda</li> <li>- Escasa sensibilidad de la población hacia la cocina de diseño</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios competitivos</li> <li>- Calidad y exclusividad del producto</li> <li>- Capacidad de fidelización de la clientela</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencia de gran oferta de materias primas de calidad en la Eurozona</li> <li>- Sector innovador</li> <li>- Incremento del número de personas que comen a diario fuera del hogar por motivos laborales</li> </ul>

### Conclusiones

Establecer estrategias de diagnóstico, para lo que se utiliza el Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar):

#### CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida, pues aún no opera en el mercado. Para corregir esta debilidad, se llevará a cabo una estrategia de comunicación de acceso al mercado, para darse a conocer además de establecer una buena relación calidad-precio. Una vez que tenga una determinada cartera de clientes/as, se deberán realizar acciones destinadas a la fidelización de los/as mismos/as.

- Perfil de los/as trabajadores/as muy especializado. Esta empresa requiere contar con profesionales que ofrezcan un servicio excelente, por lo que será necesario contratar unos perfiles determinados que no serán fáciles de encontrar. Ante la contratación, los/as promotores/as valorarán tanto la formación como la experiencia, pudiendo ofrecerles un curso de formación específico si lo consideraran conveniente.



## MANTENER LAS FORTALEZAS

- Precios competitivos. Los precios de la empresa serán sensiblemente menores a los de la competencia sin menoscabar la calidad en el servicio prestado.
- Calidad y exclusividad del producto. Los platos ofertados son únicos, ya que son diseñados exclusivamente para este establecimiento.
- Capacidad de fidelización de la clientela. La orientación a la clientela se considera fundamental en este ámbito. El equipo promotor velará para que este aspecto sea muy cuidado y lograr, con ello, la repetición de la visita del/la cliente/a.

## EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Existencia de gran oferta de materias primas de calidad en la Eurozona. La zona EUROACE presenta unas materias primas de gran calidad, con las que se elaborarán los platos.
- Sector innovador. Las industrias creativas, entre las que se emplaza el restaurante de cocina de diseño, son un sector innovador y en crecimiento, especialmente en la Eurozona.
- Incremento del número de personas que comen a diario fuera del hogar por motivos laborales. Para aprovechar esta oportunidad, se incluirán en la carta platos adecuados a los requerimientos de estas personas.

## AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Estacionalidad de la demanda. La demanda de estos servicios se concentra los fines de semana y fechas como Navidad o la primavera, estación en la que se celebran la mayoría de ceremonias. Para evitar esto, la empresa organizará eventos y actos en las épocas de menos afluencia de público.
- Escasa sensibilidad de la población hacia la cocina de diseño. No existe en la zona gran tradición sobre la cocina de diseño, por lo que la población puede tener ciertas reticencias hacia el consumo de este tipo de servicios. Para evitar esto, la empresa debe dar a conocer a los/as clientes/as que se trata de cocina de diseño, pero elaborada con productos tradicionales y sobradamente conocidos.

## 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:** El local comercial en el que se va a desarrollar la actividad será en régimen de alquiler.

El local deberá disponer de licencia municipal de apertura y reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente. Entre estas condiciones destacan:

- El acondicionamiento eléctrico deberá cumplir las normas de baja tensión y estar preparado de forma que permita la correcta utilización de la maquinaria.
- Habrá que instalar todos los elementos que garanticen la seguridad del local, salida de emergencias, luces de emergencias, extintores.
- Iluminación: Natural y artificial, según Reglamento de luminotecnia vigente.
- Ventilación: lo más indicado es la ventilación normal con temperatura ambiente adecuada (en torno a los 25 - 30º C) y extractores de vapor y humo. Será necesario instalar aire acondicionado y calefacción.
- Habrá que habilitar un área de lavado de loza, cubertería y cristalería, provista de fregaderos de doble seno con agua fría/caliente.
- Los pavimentos de la cocina y almacén serán impermeables, resistentes, lavables e ignífugos, dotándoles de los sistemas de desagües precisos.
- Las paredes y los techos se construirán con materiales que permitan su conservación en perfectas condiciones de limpieza, blanqueado o pintura.

- Dispondrán en todo momento de agua corriente potable en cantidad suficiente para la elaboración, manipulación y preparación de sus productos y para la limpieza y lavado de locales, instalaciones y elementos industriales, así como para el aseo del personal.
- Las instalaciones deben estar adecuadas a la normativa de accesibilidad para personas con discapacidad: disponer de servicio para minusválidos, rampas de acceso para sillas de rueda, puertas amplias...

Hay que tener en cuenta que la ley obliga a colocar en la parte exterior del establecimiento, de manera exenta o integrada en el rótulo comercial, un distintivo de identificación con la clasificación en el grupo de establecimiento que corresponda y la categoría asignada. El distintivo, que será de libre diseño, contendrá los siguientes elementos: una R mayúscula y el dibujo del número de tenedores, en posición vertical, púas hacia arriba, que corresponda de acuerdo con la categoría.

Por otra parte, habrá que adecuar el local para que se encuentre en perfectas condiciones para el desarrollo de la actividad. Habrá que considerar aspectos tales como:

- Aseos para el personal y aseos para la clientela.
- Instalación de potencia eléctrica.
- Instalación eléctrica para la iluminación general.
- Instalación de agua (para el lavavajillas, fregadero, aseos...), alimentación y desagües.
- Instalación de aire acondicionado.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto. El coste por esta partida será de 42.000 euros.

**Instalaciones Técnicas, Maquinarias y Herramientas:** Se incluirán en esta partida los distintos elementos que permiten la elaboración de los productos y su correcta conservación, así como la limpieza de los distintos materiales empleados en el desarrollo de las actividades: hornos, cocina, lavavajillas industrial, campana extractora, mesas de trabajo, fregaderos, cafeteras, microondas, etc. Esto suma un total de 40.000 euros.

**Utillaje y Mobiliario:** Se incluyen las instalaciones y materiales no relacionados con el proceso de producción, así como el mobiliario y equipos para la adecuación de oficinas y locales.

La partida destinada a utillaje será de 6.000 euros, mientras que el mobiliario supondrá una inversión inicial de 40.000 euros.

**Equipos Informáticos:** Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, periféricos, impresoras, fax, etc. El coste total es de 2.000 euros.

**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 la página web. El coste será de 1.600 euros.

**Fianzas:** La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades, lo que suma un total de 3.000 euros.

### 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...** Se incluye la primera compra de alimentos y bebidas, servilletas, manteles, material de imprenta, material limpieza... El importe será de 8.000 euros.

Con esta cantidad solo se cubren una serie de artículos básicos para empezar la actividad.

**Tesorería Inicial.** Estimación de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante el primer ejercicio en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo.

**INVERSIÓN INICIAL**

CONCEPTO	ADQUISICIONES		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones	42.000	21%	42.000
Instalaciones		21%	0
Maquinaria	40.000	21%	40.000
Equipamiento		21%	0
Mobiliario	40.000	21%	40.000
Utillaje	6.000	21%	6.000
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	2.000	21%	2.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
<b>Total Inmovilizado Material</b>	<b>130.000</b>		<b>130.000</b>
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	1.600	21%	1.600
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000	21%	3.000
<b>Total Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>4.600</b>		<b>4.600</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>134.600</b>		<b>134.600</b>
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	8.000	10%	8.000
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			5.174
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>8.000</b>		<b>8.000</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>142.600</b>		<b>142.600</b>
Total IVA SOPORTADO	29.066		29.066
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
<b>Total Necesidades Iniciales</b>	<b>171.666</b>		<b>171.666</b>
			<b>176.840</b>

## 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	76.000
En Especie	0
Dinerario	76.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
<b>Recursos Propios</b>	<b>76.000</b>
Deudas bancarias a L/P	96.000
Otras deudas Bancarias	
<b>Recursos Ajenos a L/P</b>	<b>96.000</b>
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	4.840
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
<b>Recursos Ajenos a C/P</b>	<b>4.840</b>
<b>NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES</b>	<b>176.840</b>

La empresa está estudiando diversas formas de obtener este dinero que se necesita a la hora de realizar el proyecto. En primer lugar, el equipo promotor va a realizar una aportación inicial en forma de capital social de 76.000 €.

Un 10% del importe total de la maquinaria permite el proveedor que se le pague en el mes 1.

El resto de las necesidades de financiación, se ha previsto cubrir mediante la solicitud de un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

**AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO**

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	96.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	1920
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	96.000,00
Importe de Intereses:	34.283,64
Coste total operación:	<b>130.283,64</b>
Cuota Mensual (a):	1.357,12
Cuota Anual	16.285,45
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

### 9.3. Previsiones de ingresos

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

Para la estimación de la demanda, se han realizado los siguientes cálculos:

ESTIMACIÓN DE LA OCUPACIÓN	
Capacidad (Nº de personas)	100
Nº de rotaciones por turno	2
Turnos diarios	2
Días al mes	30
Ocupación de las mesas	0,7
<b>Ocupación Total estimada</b>	<b>8.400</b>

La sala tiene una capacidad para 100 comensales (25 mesas de 4 plazas cada una). Se establecen dos turnos diarios, uno de almuerzo y otro de cena, produciéndose en cada turno dos rotaciones. Se estima que todas las mesas nunca estarán ocupadas al 100%, sino al 70%. Por tanto, la ocupación total estimada del restaurante será de 8.400 comensales mensuales.

La demanda presenta gran estacionalidad, por lo que se ha tenido en cuenta que las celebraciones se realizan principalmente en primavera y otoño y las comidas de empresa en junio y diciembre.

Durante los primeros tres meses de actividad, se ha estimado una ocupación del 15% de la capacidad. La empresa es nueva y todavía tiene que darse a conocer al público, por lo que lo más probable es que se consiga atraer suficiente clientela los fines de semana pero los días entresemana sean más difíciles de cubrir. En los siguientes tres meses la ocupación ya será del 50%, mientras que en los meses de verano la ocupación vuelve a situarse en el 25% debido a la bajada de demanda, a excepción del mes de agosto, que se cerrará por vacaciones del personal. En los meses siguientes (desde septiembre hasta diciembre), la ocupación es del 50%.

Los resultados para el primer año son los siguientes:



**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
<b>MENÚ INDIVIDUAL</b>													
Nº Productos /Servicios 1	700	700	700	2.200	2.200	2.200	1.500		2.200	2.200	2.200	2.200	19.000
Precio	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Ingresos	21.000	21.000	21.000	66.000	66.000	66.000	45.000	0	66.000	66.000	66.000	66.000	<b>570.000</b>
Coste Producto /Servicio	8.400	8.400	8.400	26.400	26.400	26.400	18.000	0	26.400	26.400	26.400	26.400	228.000
<b>MENÚ DEGUSTACIÓN</b>													
Nº Productos /Servicios 2	500	500	500	1.500	1.500	1.200	600		1.500	1.500	1.500	1.500	12.300
Precio	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	
Ingresos	22.500	22.500	22.500	67.500	67.500	54.000	27.000	0	67.500	67.500	67.500	67.500	<b>553.500</b>
Coste Producto /Servicio	9.000	9.000	9.000	27.000	27.000	21.600	10.800	0	27.000	27.000	27.000	27.000	221.400
<b>MENÚ BANQUETE</b>													
Nº Productos /Servicios 3	50	50	50	500	500	500			500	500	400		3.050
Precio	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	
Ingresos	3.750	3.750	3.750	37.500	37.500	37.500	0	0	37.500	37.500	30.000	0	<b>228.750</b>
Coste Producto /Servicio	1.500	1.500	1.500	15.000	15.000	15.000	0	0	15.000	15.000	12.000	0	91.500
<b>MENÚ EMPRESA</b>													
Nº Productos /Servicios 4						300					100	500	900
Precio	50,00	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
Ingresos	0	0	0	0	0	15.000	0	0	0	0	5.000	25.000	<b>45.000</b>
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	6.000	0	0	0	0	2.000	10.000	18.000

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	47250	47250	47250	171000	171000	172500	72000	0	171000	171000	168500	158500	<b>1.397.250</b>
Iva repercutido	9922,5	9922,5	9922,5	35910	35910	36225	15120	0	35910	35910	35385	33285	293422,5
Facturado a clientes	57172,50	57172,5	57172,5	206910	206910	208725	87120	0	206910	206910	203885	191785	<b>1.690.673</b>
Cobros del periodo	57172,5	57172,5	57172,5	206910	206910	208725	87120	0	206910	206910	203885	191785	1690672,5
Cobros periodos anteriores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>57173</b>	<b>57173</b>	<b>57173</b>	<b>206910</b>	<b>206910</b>	<b>208725</b>	<b>87120</b>	<b>0</b>	<b>206910</b>	<b>206910</b>	<b>203885</b>	<b>191785</b>	<b>1.690.673</b>

## 9.4. Costes de producción

Los costes de producción equivalen al consumo de materias primas (alimentos) empleados en cada menú. En todos los casos, el consumo de éstas será equivalente al 40% del precio del menú.

### COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades ventas	Coste anual de consumos
Menú individual	12,00	19.000,00	228.000,00
Menú degustación	18,00	12.300,00	221.400,00
Menú banquete	30,00	3.050,00	91.500,00
Menú empresa	20,00	900,00	18.000,00
			558.900,00
			TOTAL

## 9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

### Gastos generales

Los principales costes en los 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
<b>Compras:</b>	30.000	34.200	34.200	68.400	68.400	69.000	28.800	28.800	68.400	68.400	67.400	63.400	629.400
MP, materiales, productos..	30.000	34.200	34.200	68.400	68.400	69.000	28.800	28.800	68.400	68.400	67.400	63.400	629.400
<b>Gastos variables:</b>	0	0	0	120	120	120	240	240	240	360	360	360	2.160
Subcontrataciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comerciales	0	0	0	120	120	120	240	240	240	360	360	360	2.160
Transportes													
Otros (Cuota de Registro)													
<b>Gastos fijos:</b>	4.510	3.760	3.760	3.760	2.410	3.273	3.760	3.760	3.760	3.760	3.760	3.760	44.033
Promoción comercial	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet..)	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	1.510	18.120
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros	750												750
Gastos I+D													0
Alquileres	1.500	1.500	1.500	1.500	150	1.013	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	16.163
Otros													0
<b>TOTAL GASTOS y compras</b>	<b>34.510</b>	<b>37.960</b>	<b>37.960</b>	<b>72.280</b>	<b>70.930</b>	<b>72.393</b>	<b>32.800</b>	<b>32.800</b>	<b>72.400</b>	<b>72.520</b>	<b>71.520</b>	<b>67.520</b>	<b>46.193</b>
Iva soportado	6.920	7.644	7.644	14.851	14.568	14.875	6.560	6.560	14.876	14.902	14.692	13.852	137.943
Total Pagos	41.430	45.604	45.604	87.131	85.498	87.267	39.360	39.360	87.276	87.422	86.212	81.372	813.536

## Gastos de personal

Los costes de personal para el primer año son los siguientes:

### GASTOS DE PERSONAL

AÑO 1													
Categoría/ puesto/ funciones	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
<b>Jefe/a de cocina</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	20.160
Cuota Seguridad Social	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Coste empresa	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	23.280
<b>Maitre</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	20.160
Cuota Seguridad Social	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Coste empresa	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	1.940	23.280
<b>Cocinero/a 1</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480	17.760
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	488	5.861
Coste empresa	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	23.621
<b>Cocinero/a 2</b>													
Salario Bruto trabajador/a	740	740	740	740	740	740	740	740	740	740	740	740	8.880
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	244	244	244	244	244	244	244	244	244	244	244	244	2.930
Coste empresa	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	11.810
<b>Camarero/a 1</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	16.680
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	5.504
Coste empresa	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	22.184
<b>Camarero/a 2</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	16.680
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	5.504
Coste empresa	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	22.184
<b>Camarero/a 3</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	1.390	16.680
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	5.504
Coste empresa	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	1.849	22.184
<b>Pinche</b>													
Salario Bruto trabajador/a	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	13.800
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	4.554
Coste empresa	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	18.354
<b>COSTE EMPRESA TOTAL</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>8.362</b>	<b>100.345</b>

## 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	1.600	5	320
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000	5	600
<b>TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL</b>			<b>920</b>
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	42.000	50	840
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	40.000	12	3.333
Equipamiento	0	15	0
Mobiliario	40.000	15	2.667
Uillaje	6.000	4	1.500
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	2.000	5	400
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
<b>TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL</b>			<b>8.740</b>

## 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
<b>COBROS:</b>													
Cobros de las ventas		57.173	57.173	57.173	206.910	206.910	208.725	87.120	0	206.910	206.910	203.885	191.785
Prestamo a Corto Plazo		0											
Préstamo a Largo Plazo	96.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones socios/as (Capital Social)	76.000												
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>172.000</b>	<b>57.173</b>	<b>57.173</b>	<b>57.173</b>	<b>206.910</b>	<b>206.910</b>	<b>208.725</b>	<b>87.120</b>	<b>0</b>	<b>206.910</b>	<b>206.910</b>	<b>203.885</b>	<b>191.785</b>
<b>PAGOS:</b>													
Pagos sueldos		8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362
Pago compras y gastos generales		41.430	45.604	45.604	87.131	85.498	87.267	39.360	39.360	87.276	87.422	86.212	81.372
Pago IVA a Hacienda								63.751			23.033		
Devolución capital préstamos		717	722	727	732	736	741	746	751	756	761	766	771
Pago intereses	1.920	640	635	630	626	621	616	611	606	601	596	591	586
Pago de las inversiones	166.826	4.840	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>168.746</b>	<b>55.989</b>	<b>55.323</b>	<b>55.323</b>	<b>96.850</b>	<b>95.217</b>	<b>96.987</b>	<b>112.831</b>	<b>49.080</b>	<b>96.996</b>	<b>120.174</b>	<b>95.931</b>	<b>91.091</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>3.254</b>	<b>1.184</b>	<b>1.849</b>	<b>1.849</b>	<b>110.060</b>	<b>111.693</b>	<b>111.738</b>	<b>-25.711</b>	<b>-49.080</b>	<b>109.914</b>	<b>86.736</b>	<b>107.954</b>	<b>100.694</b>
<b>SALDO FINAL DE TESORERÍA</b>	<b>3.254</b>	<b>4.438</b>	<b>6.287</b>	<b>8.136</b>	<b>118.196</b>	<b>229.889</b>	<b>341.627</b>	<b>315.917</b>	<b>266.837</b>	<b>376.751</b>	<b>463.488</b>	<b>571.442</b>	<b>672.136</b>

## 9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

A continuación aparecen la cuenta de pérdidas y ganancias, el balance de situación y la evolución en la cuenta de pérdidas y ganancias durante los primeros 5 años de actividad de la empresa.

### CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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	47.250	47.250	47.250	171.000	171.000	172.500	72.000	0	171.000	171.000	168.500	158.500	1.397.250
CONSUMOS	0	18.900	18.900	18.900	68.400	68.400	69.000	28.800	0	68.400	68.400	67.400	63.400	558.900
margen bruto	0	28.350	28.350	28.350	102.600	102.600	103.500	43.200	0	102.600	102.600	101.100	95.100	838.350
Gastos de personal	0	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	8.362	100.345
Gastos variables	0	0	0	0	120	120	120	240	240	240	360	360	360	2.160
Gastos fijos	0	4.510	3.760	3.760	3.760	2.410	3.273	3.760	3.760	3.760	3.760	3.760	3.760	44.033
Amortizaciones	0	805	805	805	805	805	805	805	805	805	805	805	805	9.660
Total gastos	0	13.677	12.927	12.927	13.047	11.697	12.560	13.167	13.167	13.167	13.287	13.287	13.287	156.198
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	14.673	15.423	15.423	89.553	90.903	90.940	30.033	-13.167	89.433	89.313	87.813	81.813	682.152
Gastos financieros	1.920	640	635	630	626	621	616	611	606	601	596	591	586	9.277
Beneficio antes de impuestos	-1.920	14.033	14.788	14.792	88.927	90.282	90.325	29.422	-13.773	88.832	88.717	87.222	81.227	672.875
IMPUESTO DE SOCIEDADES (al 15 %)														100.931
RESULTADO DEL EJERCICIO	-1.920	14.033	14.788	14.792	88.927	90.282	90.325	29.422	-13.773	88.832	88.717	87.222	81.227	571.944

Al tratarse de una empresa de nueva creación, los dos primeros ejercicios que se obtengan beneficios, se tributará a un impuesto de sociedades del 15%.

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	76.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>124.940</u>	Resultado del Ejercicio	514.749
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	57.194
Edificios y Construcciones	42.000	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	40.000	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>647.944</u>
Equipamiento	0	Préstamos bancarios a largo	77.403
Mobiliario	40.000	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>77.403</u>
Utillaje	6.000		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	2.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-8.740	Préstamos bancarios a corto plazo	9.669
<u>Inmovilizado material</u>	<u>121.260</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	61.135
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor Impuesto de Sociedades)	100.931
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.600		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	3.000		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-920		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>3.680</u>		
Existencias, materias primas...	78.500		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	21.506		
Clientes	0		
Tesorería	672.136		
<u>Activo corriente</u>	<u>772.142</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>171.736</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>897.082</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>897.082</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	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4,50
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	600.406,47
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0,38
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	48,82%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	3,60
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	76,04%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	88%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	41%
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	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	154.276,19

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 154.276,19 euros.

A continuación se muestran las previsiones de crecimiento en los próximos cinco años.

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	88%	14%	13%	11%
Crecimiento de la cifra de consumos	88%	14%	13%	11%
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	64%	-3%	14%	12%

La utilización del 100% de la capacidad productiva de la empresa supondría un crecimiento de las ventas de un 269% con respecto al primer año, lo cual es difícil debido a la estacionalidad de la demanda. Por ello, para calcular los ingresos en los años siguientes se va a partir de la misma proporción mensual del año 1, pero con un incremento en los ingresos.

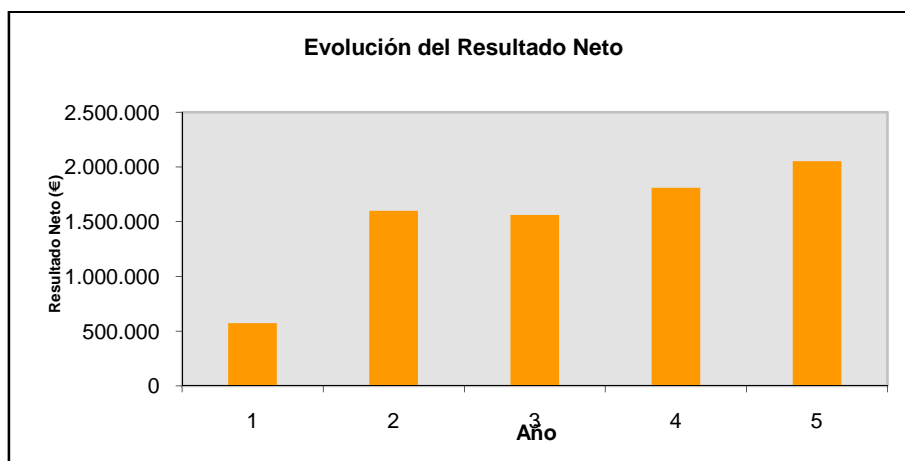
Para calcular la estimación de los ingresos en los primeros 5 años de actividad de la empresa, se ha establecido que la empresa incremente sus ventas en el segundo año en un 70% de su capacidad de trabajo, lo cual se corresponde con un incremento del 88%. Esto se debe a que la empresa ya es conocida en el sector y cada vez son más los/as clientes/as que acuden a ella para adquirir los productos y servicios ofertados. En los siguientes años, las ventas van aumentando un 10% de su capacidad (80%, 90% y 100%, respectivamente) lo que se traduce en un incremento del 14%, 12,5% y 11% debido a que siguen dando fruto las labores comerciales y de publicidad, pero no lo hacen de manera tan intensa como en el segundo año. Se prevé que en el año 5 la empresa pueda utilizar el 100% de su capacidad, y a partir del año 6 pueda aumentar su estructura.

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

#### EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	1.397.250,00	2.626.830	2.994.586	3.368.909	3.739.490
Consumos	558.900,00	575.667	592.937	610.725	629.047
margen bruto	838.350	2.051.163	2.401.649	2.758.184	3.110.443
% margen bruto sobre ventas	60%	78%	80%	82%	83%
Gastos de personal	100.345,20	102.352	104.399	106.487	108.617
Gastos variables mensualmente:	2.160,00	2.203	2.247	2.292	2.338
Amortización de activos	9.660	9.660	9.660	9.660	9.660
Gastos fijos:	44.032,50	44.913	45.811	46.728	47.662
Total gastos	156.197,70	159.128	162.118	165.167	168.277
Beneficio antes de impuestos e intereses	682.152	1.892.035	2.239.531	2.593.017	2.942.166
Gastos financieros	9.277	9.277	9.277	9.277	9.277
Beneficio antes de impuestos	672.875	1.882.757	2.230.254	2.583.740	2.932.888
IMPUESTO DE SOCIEDADES	100.931	282.414	669.076	775.122	879.866
RESULTADO DEL EJERCICIO	571.944	1.600.344	1.561.178	1.808.618	2.053.022

La gráfica de evolución del resultado neto es:



## 10. Plan de Acción

### 10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

La empresa está en fase de constitución como Sociedad de Responsabilidad Limitada y en captación de financiación para el proyecto. Una vez que se hayan ejecutado las actividades planificadas, se iniciará el negocio.

Actividades:

- 1 Búsqueda de financiación. 3 meses.
- 2 Contrato de alquiler del local y adecuación de las instalaciones. 3 meses.
- 3 Elaboración y diseño de los diversos menús. 6 meses.
- 4 Desarrollo campaña de marketing. 6 meses.
- 5 Selección y contratación del personal. 2 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al año 0

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												

1	Búsqueda de financiación
2	Contrato de alquiler del local y adecuación de las instalaciones
3	Elaboración y diseño de los diversos menús
4	Desarrollo campaña de marketing
5	Selección y contratación del personal

Responsables de las actividades:

Promotor/a 1: encargado/a de las actividades 1, 3 y 5.

Promotor/a 2: encargado/a de las actividades 2, 4 y 5.

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definidas sus políticas de servicios y su imagen corporativa, los cuales va a potenciar a través de la web corporativa.

- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez acondicionadas las instalaciones, seleccionado los/as profesionales y diseñada la cartera de servicios.

- Plan económico-financiero

- Aportación del equipo emprendedor.
- Solicitud de subvenciones.
- Búsqueda de financiación ajena.

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de 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.

- Laboral

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
- Afiliación y alta de los/as empleados/as.

## 10.2. Guía de trámites

### GUÍA DE TRAMITACIÓN ITINERARIO 2.

#### Comunicación Ambiental. Sin Calificación Urbanística

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

En este caso concreto se considera la opción sin calificación urbanística, es decir, actividad que se lleva a cabo en suelo urbano, que no necesitan calificación urbanística. El uso de suelo rústico para este tipo de actividad no se suele permitir, por tanto no cabe la opción de calificación urbanística.

#### ACTIVIDAD: Servicio de alimentación en restaurantes (671)

Esta actividad no se encuentra recogida en ninguno de los anexos del Decreto 51/2011, que aprueba el reglamento de Evaluación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Extremadura, por lo que no procede someterse a Evaluación de Impacto Ambiental.

**Normativa:** La actividad de restaurantes está incluida en la clasificación que hace en su artículo 3 el Decreto 181/2012 de 7 de septiembre por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

#### 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 CIF 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 CIF 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 CIF 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 CIF 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



- 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](http://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.

**Organismo:** Oficinas del Servicio Público de Empleo.

**Plazo:** 10 días siguientes a su concertación.

**B. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”****1. Informe de Viabilidad Urbanística / Informe de Compatibilidad Urbanística.****Informe de viabilidad urbanística**

Cuando para el desarrollo de la actividad sea necesario la realización de obras sujetas a licencia urbanística se recomienda que el empresario realice una consulta previa ante el Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento correspondiente, con el fin de asegurarse que, urbanísticamente, es permisible el uso del local o terreno elegido para ubicar el negocio. También puede conseguir esta información en las Oficinas de Gestión Urbanística (OGUVAT) de la Junta de Extremadura o a través del SITEX (Sistema de Información Territorial de Extremadura).

**Documentación:** (si la consulta es en el Ayuntamiento)

- Modelo de solicitud
- Características principales y ubicación del proyecto. Plano de emplazamiento.

**Organismo:** Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad, OGUVAT o SITEX.

**Resultado:** Cédula urbanística (cuando la consulta se hace al Ayuntamiento).

**Informe de compatibilidad urbanística**

Quando para el desarrollo de la actividad no sea necesario realizar obras sujetas a licencia urbanística o comunicación previa urbanística, será necesario el Informe de Compatibilidad Urbanística, emitido por el Ayuntamiento que acredite la compatibilidad de la actividad. Este informe acompañará posteriormente a la Comunicación Ambiental.

### Documentación:

- 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, y licencia de usos y actividades.**

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.

Estarán sujetos a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX, concretamente en este itinerario será la presentación de Comunicación Ambiental la que pondrá fin al procedimiento de Licencia Urbanística.

Esta actividad se encuentre afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, **no estaría sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística** en el caso de no superar los 300 m<sup>2</sup> de superficie útil de exposición y venta al público y obra de adaptación sin proyecto. En este caso bastará con la presentación en el Ayuntamiento de la Declaración Responsable o Comunicación Previa y el documento de pago de las tasas correspondientes. En caso contrario se seguirá el trámite normal de solicitud de Licencia de Obras descrito anteriormente.

Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

**Documentación para iniciar el procedimiento de licencia urbanística, concesión de licencia de obras:** (orientativa, depende de cada Ayuntamiento)

- Modelo normalizado de solicitud.
- Presupuesto firmado por el ejecutor material de la obra, o memoria explicativa, valorada y detallada suscrita por el solicitante.
- 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:** Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

**Plazo (licencia de obras):** El plazo de inicio de las obras será el previsto en la licencia de acuerdo con lo previsto en el proyecto técnico. En su defecto el plazo será de 3 meses.

**Resultado:** Licencia Urbanística: licencia de obras.

### 3. Presentación de Comunicación Ambiental

La comunicación ambiental es el documento mediante el cual el promotor de una actividad o instalación pone en conocimiento del Ayuntamiento toda la información necesaria para que le tenga por acreditado el cumplimiento de las condiciones y requisitos técnicos ambientales exigidos. Están sujetas a este trámite las actividades e instalaciones recogidas en el Anexo III del Decreto 81/2011.

**Documentación:** Dependerá de cada Ayuntamiento, siendo obligatorio en todo caso presentar:

1. Proyecto o memoria que describa la actividad y sus principales impactos ambientales, especialmente los relativos a la gestión de los residuos, las condiciones de vertido a la red de saneamiento y las prescripciones necesarias para prevenir y reducir las emisiones y la contaminación acústica.
2. Certificación final expedida por persona o entidad competente que acredite que la actividad y las instalaciones se adecúan al proyecto o a la memoria y que cumplen todos los requerimientos y las condiciones técnicas determinadas por la normativa ambiental. El documento incluirá, en su caso, la acreditación del



cumplimiento de las condiciones y limitaciones exigibles por la delimitación de zonas afectadas por la contaminación, en particular, acústica o atmosférica.

3. Copia de las autorizaciones, notificaciones o informes de carácter ambiental de las que sea necesario disponer para poder ejercer la actividad en cada caso. En especial, declaración o informe de impacto ambiental; autorización o notificación de producción de residuos peligrosos; autorización o notificación de emisiones contaminantes a la atmósfera, incluyendo la notificación de emisión de compuestos orgánicos volátiles; y la autorización de vertido a dominio público hidráulico.
4. En el caso de que las obras e instalaciones necesarias para el desarrollo de la actividad no requieran de licencia o comunicación previa urbanística, será necesario acompañar a la comunicación ambiental de un informe previo del ayuntamiento que acredite la compatibilidad urbanística de la actividad. Si el informe se hubiera solicitado pero no se hubiera emitido en el plazo de un mes por parte del ayuntamiento, podrá presentarse la comunicación ambiental adjuntando copia de la solicitud.

**Organismo:** Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad. (Regulado por las Ordenanzas Municipales)

**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 se podrá iniciar la actividad bajo la exclusiva responsabilidad del titular de la actividad y del técnico que haya realizado la certificación.

#### 4. 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.

## 5. 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. Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

## 1. Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro de Establecimientos Industriales

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 Ordenación Industrial y Comercio.

**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. Informe previo potestativo**

Quienes proyecten la apertura, construcción o modificación de un establecimiento de restauración en Extremadura, podrán solicitar a la consejería competente en materia de turismo, la emisión de un informe previo sobre su adecuación a la normativa turística y su posible clasificación.

**Organismo:** Dirección General Turismo.

#### **Documentación:**

- Solicitud.
- Memoria y planos del proyecto.

**Resultado:** Informe previo.

**Plazo:** Dos meses desde la entrada de la solicitud en el registro del órgano competente, si no hay notificación transcurrido ese plazo, se considera que es favorable.

**Normativa:** Decreto 181/2012 de 7 de septiembre, por el que se establece la ordenación y clasificación de las empresas de restauración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

### **2. Comunicación previa de inicio de actividad**

Antes del inicio de la actividad, los establecimientos dedicados a la elaboración de comidas preparadas para la venta servicio directamente al consumidor final, deben comunicar el inicio de dicha actividad en el Centro de Salud correspondiente.

Posteriormente se procederá de oficio a su inscripción en el Registro Sanitario Autonómico.

**Documentación:** Comunicación previa.

**Organismo:** Centro de Salud del SES.

**Resultado:** Inscripción en Registro Autonómico Sanitario.

**Legislación:**

Real Decreto 191/2011, sobre el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos.

### **3. Declaración responsable de inicio de actividad turística/Inscripción de oficio en el Registro General de Empresas y actividades Turísticas de Extremadura/Libro de Inspección Turística.**

Las personas que vayan a iniciar y ejercer una actividad de restauración deberán presentar una declaración responsable en los términos previstos en el artículo 48 de la Ley 2/2011 de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura y en el Decreto 205/2012 por el que se regula el Registro General de Empresas y actividades Turísticas de Extremadura.

**Contenido de la declaración Responsable:** El interesado declara bajo su responsabilidad:

1. Son ciertos y completos todos los datos de la declaración responsable de cumplimiento de normativa turística y que está en posesión de todos los documentos que acreditan el cumplimiento de los requisitos que le son aplicables por dicha normativa, poniendo dichos documentos a disposición de la Administración Turística cuando así se le requiera.
2. Que el establecimiento cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente, que conoce dicha normativa en su integridad, comprometiéndose a mantener su cumplimiento durante todo el desarrollo de la actividad.
- 3.- Que se comprometa a comunicar los cambios de titularidad, ceses de actividad, cambios de denominación o de cualquier otra modificación de los datos contenidos en la declaración inicial a la dirección General de Turismo de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

4. Que, en el caso de tratarse de persona jurídica, ostenta la necesaria representación, y la misma se encuentra debidamente constituida e inscrita, de conformidad con lo establecido por la normativa vigente.
5. Que dispongo, o la entidad a la que represento dispone, de título suficiente que acredita la plena disponibilidad sobre el local y dependencias anejas, para destinar el inmueble para el ejercicio de la actividad objeto de la presente declaración. (Nota simple actual del registro de la Propiedad acreditativa de la titularidad del inmueble o documento acreditativo del derecho personal o real que ostenta sobre el mismo).
6. Que el establecimiento cuenta con las autorizaciones, permisos, licencias, y/o informes que establecen las distintas normativas sectoriales y municipales que le son de aplicación. En los cambios de titularidad se dispone de documento que acredita haber solicitado el cambio de titularidad ante el Ayuntamiento correspondiente.
7. Que el establecimiento tiene suscrito contrato de seguro de responsabilidad civil, en pleno vigor, con la cobertura suficiente según normativa de la actividad a ejercer y recibo acreditativo del pago, y se compromete a mantenerlo vigente y debidamente actualizado (artículo 42 letra s de la Ley 2/2011 de 31 de enero).
8. Memoria descriptiva, certificado final de obra y planos a escala suficiente (1:100).
9. Que ha abonado la tasa en Modelo 50 en concepto de Libro de Inspección.
10. Que, al tratarse de inicio de actividad ha abonado la tasa en concepto de tramitación de declaración responsable y primera visita de comprobación de la veracidad de lo declarado y en caso de ampliaciones o reducciones de plazas, modificaciones o mejoras que se ha abonado la tasa en concepto de emisión de informe facultativo con toma de datos de campo el primer día.
11. Que una vez realizada la inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas, se compromete a dar cumplimiento lo establecido en materia de hojas de reclamaciones.
12. Que conoce que la inexactitud, falsedad u omisión de carácter esencial en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable, o la no presentación de la misma, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho a la actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar. Cuando la Administración Turística competente haya determinado la imposibilidad de continuar

con el ejercicio del derecho o actividad afectada por las causas antes indicadas, la persona interesada no podrá instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un periodo de seis meses, a contar desde la notificación de la resolución.

**Organismo:** D.G. de Turismo.

### Documentación:

1. Declaración Responsable con el contenido anterior.
2. Copia del documento que acredita la existencia e identidad de la persona que realiza la declaración:

- Si es persona física, Documento Nacional de Identidad, documento de identidad de estados miembros de la Unión Europea o de estados asociados al Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, en caso de personas físicas de otros Estados, Número de Identidad para extranjeros (NIE), pasaporte o documento equivalente. Dicha documentación podrá ser recabada de oficio por la propia Consejería, entendiéndose concedida la autorización para ello, cuando se indique específicamente en el apartado siguiente.

Puede no obstante autorizarse a la Administración Turística a verificar electrónicamente la identidad, de conformidad con el Decreto 184/2008 de 12 de septiembre.

- Si es persona jurídica, escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro correspondiente, así como de la representación de la persona que actúa en su nombre, salvo que ya obren en poder de la administración actuante en virtud de lo dispuesto en el artículo 35 f de la Ley 35/1992, de 26 de Noviembre, de régimen Jurídico de las administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

- En caso de sociedades civiles y comunidades de bienes, deberá aportar copia de la identificación de los integrantes, documentación acreditativa de su constitución y de la representación de la persona que actúa en su nombre. La identificación de los integrantes de las sociedades civiles o comunidades de bienes podrá ser recabada de oficio por la propia consejería entendiéndose concedida la autorización para ello, cuando se indique específicamente en el apartado correspondiente de la presente declaración. Podrán no aportar la documentación acreditativa de su constitución y de la representación de la persona que actúe en su nombre en el caso de que ya obre en poder de la administración actuante en virtud de lo dispuesto en el artículo 35 f de la





## 11. Mapa de actividad

