



#plandenegocio

taller de diseño de moda



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR	7
3.1. Promotor/a	7
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	8
4.1. Características de la oferta	8
4.2. Aspectos Diferenciales.....	9
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface	10
4.4. Propiedad Industrial e Intelectual	11
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	12
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado	12
5.2. Análisis del entorno.....	14
5.3. Análisis de la demanda	17
5.4. Análisis de la competencia.....	22
6. PLAN DE MARKETING.....	24
6.1. Establecimiento de precios	24
6.2. Canales de distribución.....	25
6.3. Comunicación y promoción.....	26
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	28
7.1. Recursos físicos.....	28
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones	28
7.1.2. Equipamiento	29
7.1.3. Desarrollo productivo.....	30
7.2. Recursos humanos.....	31
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.	31
7.2.2. Descripción de puestos de trabajo.....	31
7.2.3. Gestión de los Recursos Humanos	32

7.3. Forma Jurídica	33
8. ANÁLISIS DAFO	34
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO	37
9.1. Inversión inicial	37
9.1.1. Activo no corriente.....	37
9.1.2. Activo no corriente.....	38
9.2. Fuentes de financiación	40
9.3. Previsiones de ingresos	42
9.4. Costes de producción.	44
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	45
9.6 Previsión de tesorería	48
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	50
10. PLAN DE ACCIÓN	54
10.1. Planificación de actividades	55
10.2. Guía de trámites	57
11. MAPA DE ACTIVIDAD	74

1. Resumen ejecutivo

En este proyecto se describe una empresa dedicada al diseño de moda, más concretamente al diseño de vestidos de ceremonia y fiesta de señora e infantil. Lo innovador del mismo es la venta on-line de prendas de diseño exclusivo.

La persona que decide emprender este negocio tiene formación y experiencia en el diseño y confección de prendas de vestir, y cuenta con grandes inquietudes en torno al sector de la moda y sus últimas tendencias. Contará con una persona empleada que le ayudará en la confección de las prendas.

- Diseñador/Gerente. La persona emprendedora del negocio asumirá las funciones de diseño, dirección de la producción y gerencia.
- Asistente. Su función será la de ayudar a la persona emprendedora en todo lo necesario para la confección de las prendas.

Dado el perfil profesional de la persona promotora de este negocio, resulta un modo de auto-emplearse y generar empleo estimulando su creatividad a través del diseño de prendas de vestir y obteniendo una remuneración económica al ejercer la profesión que le apasiona.

En cuanto a la forma jurídica, decide constituirse como empresario individual por las diversas ventajas que ofrece, y aporta un capital de 15.000 €.

La oferta comprenderá dos gamas de productos, una infantil (Princesses) y otra adulta (Queens). Los productos ofertados son vestidos de comunión y de ceremonia para niñas en la gama Princesses, y vestidos de novia y de ceremonia para mujeres en la gama Queens.

Las principales características de los productos ofertados, en los que se basan las diferencias competitivas y las necesidades cubiertas por la empresa, se resumen en los siguientes tres puntos:

1. Las prendas diseñadas presentan un estilismo moderno y elegante, manteniendo unos criterios en cuanto a calidad y precio asequible.
2. En el establecimiento de precios se mantiene el objetivo de ofrecer unos precios que no sean muy elevados.
3. Se ofrecen las ventajas propias de la venta on-line: compra cómoda desde casa, las prendas son enviadas directamente al consumidor final, sin que

éste tenga que desplazarse hasta el taller, los recios son más económicos al no tener que disponer de tienda física.

Los principales clientes de la empresa estarán conformados por mujeres de entre 18 y 60 años, y niñas. Serán particulares que deseen adquirir los vestidos creados por la empresa, aunque también se podrá abastecer a tiendas multi-marca.

El taller estará situado en una nave de un polígono industrial en Mérida, y contará con 130m², divididos en oficina, taller, almacén y aseos.

La estructura organizativa de la empresa diferencia cuatro áreas: área de gerencia, área de diseño, área de producción y área comercial.

En el área de gerencia se realizan las tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos y contacto con proveedores y colaboradores en el ámbito de la moda. En el área de diseño se realizan los diseños de modelos de las prendas. En el área de producción se materializan los diseños creados anteriormente, a través de su confección. Finalmente, en el área comercial consiste en realizar las fotos de los vestidos, colgarlos en la página web e incluir los textos requeridos, así como atender los pedidos que se realizan.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los productos se requiere una inversión inicial de 37.347 € en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 43.000 €, de los que 15.000 € serán aportados inicialmente por la persona promotora del negocio, y 28.000 € corresponde a un préstamo bancario a largo plazo. Durante el segundo año, momento en que el proyecto estará en pleno funcionamiento, el **resultado esperado antes de intereses e impuestos (BAII) será de 41.477 €**, antes de intereses e impuestos. El **punto de equilibrio** se consigue en el año 2, con un volumen de ingresos de **50.391 €**.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

Las Industrias Creativas, entre las que se encuentra el Diseño de Moda, constituyen un sector emergente en la zona EUROACE, conformada por Extremadura y por las regiones portuguesas de Centro y Alentejo. Tal y como se desprende de los estudios sectoriales, en torno a la cadena de valor transfronteriza de las Industrias Creativas de las regiones Alentejo, Centro y Extremadura, en el marco del Proyecto Cavatrans, desarrollado en 2013 por la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura en colaboración con los socios portugueses ADRAL y CEC/CCIC.

Las industrias creativas componen el sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimientos. El diseño se incluye dentro del subsector de la Industria Cultural.

Dado el perfil profesional de la persona promotora de este negocio, resulta un modo de auto-emplearse y generar empleo, estimulando su creatividad a través del diseño de prendas de vestir y obteniendo una remuneración económica al ejercer la profesión que le apasiona.

3. Perfil del equipo emprendedor

La persona que va a promover este negocio se va a constituir como empresario/a individual. A continuación se define el perfil profesional de la misma:

3.1. Perfil de la persona promotora

La persona que va a promover este negocio es una persona joven, de 30 años y natural de Mérida.

Es una gran apasionada del mundo de la moda. Su inquietud en este ámbito ha derivado en un profundo conocimiento de las últimas tendencias en diseño.

Sus inquietudes le llevaron a realizar estudios de formación profesional a través de un ciclo formativo de Diseño de Moda. Tras realizar las prácticas en una importante empresa del sector textil, comenzó a desarrollar su trayectoria profesional trabajando en varias empresas del sector donde ha adquirido experiencia profesional tanto en el diseño como en la confección de prendas.

Como resultado de su curriculum ha mantenido contacto con proveedores de telas y con profesionales del sector de la moda. Estos conocimientos, unidos al éxito que en internet está teniendo su blog sobre moda le han animado a establecerse por cuenta propia.

Además, cuenta con un nivel B2 en lengua inglesa, lo que le ha permitido abrir su blog a usuarios y usuarias de países extranjeros.

Posee por tanto claros puntos fuertes para el desarrollo de este negocio: iniciativa, contactos, conocimiento y experiencia, innovación, repercusión mediática a través de su blog virtual y manejo en las nuevas tecnologías.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La empresa se dedicará al diseño de vestidos de ceremonia para mujeres y niñas que se venderán a través de Internet.

La persona emprendedora del negocio realizará tanto el diseño de la prenda como su elaboración, imprimiendo un estilo propio que lo caracterice y lo haga diferente al resto.

Los modelos se exhibirán en la página web de la empresa y se venderán on-line a través de la misma. La persona que adquiera la prenda indicará la talla que desea, y se le confeccionará ajustada a sus necesidades. La prestación del servicio concluye con el envío al cliente al domicilio especificado.

Se crearán dos gamas de productos:

- Princesses: Gama infantil, que incluye trajes de comunión y trajes de ceremonia en general para niñas.
- Queens: Se incluyen trajes de novia y de fiesta en general para mujeres.

En principio, la empresa se centrará en el diseño de prendas femeninas, aunque plantea aumentar el diseño a prendas masculinas en los próximos años.

4.2. Aspectos Diferenciales

Los aspectos diferenciales de la empresa se van a asentar en los siguientes aspectos:

- **Diseño exclusivo.** La persona emprendedora de este negocio tendrá que marcar diferencias con el resto de diseñadores del sector. Para ello, tratará de realizar diseños originales pero siguiendo las tendencias del momento, y manteniendo precios asequibles para lograr a una mayor cuota de mercado.
- **Especialización.** Otro de los aspectos que diferenciará la oferta de la empresa respecto de su competencia será su especialización en prendas femeninas, logrando que la persona que promueve el negocio se convierta en una verdadera experta en el segmento y se construya un nombre asentado sobre esta estrategia de diferenciación.
- **Calidad.** La calidad de los productos debe ser excelente, de tal forma que sea un aspecto que llegue a distinguir la empresa de potenciales competidores. El criterio de calidad se basa en conseguir cubrir las expectativas que cada usuario/a se hace de los productos. Las expectativas hacia los precios de la empresa se asientan en la información que el público objetivo ha recibido a través de diferentes canales. En la web de la empresa se especificarán todos los detalles de las prendas, tiempo de envío, precio, gastos de envío, etc. Se incluirán fotos lo más descriptivas posible para que la clientela pueda conocer a la perfección todas las características del producto antes de encargarlo.
- **Compra virtual.** A diferencia de otros talleres de moda, el encargo y el envío de la prenda se realizarán telemáticamente a través de la página web de la empresa. Esto hará que lleguemos a un público más amplio y facilitará la compra a las personas que no disponen de tiempo para desplazarse o que prefieren hacerlo cómodamente desde sus domicilios.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

Las principales necesidades cubiertas son:

- Necesidad de diferenciarse a través del estilismo de su prenda. Las prendas de vestir serán modernas y elegantes, manteniendo unos criterios en cuanto a calidad y precio asequible.
- Necesidad de adquirir diseños originales a precios no muy elevados, los cuales se logran gracias a no tener que disponer de local comercial.
- Necesidad de llevar diseños femeninos realizados por profesionales especializados en moda para la mujer.
- Necesidad de adquirir la prenda sin tener que desplazarse de su domicilio, lo cual se logrará a través de la venta on line.

4.4. Propiedad Industrial e Intelectual

En España la protección de los diseños de moda puede realizarse a través de dos maneras:

- **Propiedad Intelectual.** La Ley de Propiedad Intelectual establece que son obras protegidas “las obras plásticas sean o no aplicadas”. Deberán ser obras originales, ya que el requisito de la originalidad es común a todas las obras protegidas por el derecho de autor. Los diseños de prendas, sus formas, estampados, etc., podrán ser protegidos por la Propiedad Intelectual. Para darle la protección que dispensa esta ley no será necesario el previo registro, ya que la propiedad intelectual se tiene por el simple hecho de la creación. La protección se extenderá por toda la vida del autor más 70 años, gozando incluso el autor de los derechos morales sobre la obra.

Las oficinas de Registro de la Propiedad Intelectual en Extremadura están situadas en Mérida, Cáceres y Badajoz:

Edificio III Milenio. Avenida Valhondo S/N. Módulo 4, 1ª Planta. 06800, Mérida. Teléfono: 92 400 85 80.

Avenida de Huelva Nº2. 06005, Badajoz. Teléfono: 92 401 20 58.

Avenida General Primo de Rivera Nº2 Planta 7ª. 10071, Cáceres. Teléfono: 92 700 10 87.

Si se crean y/o desarrollan en Portugal, deberán registrarse en la Oficina de Derecho de Autor, que se encuentra en Lisboa, en la calle Dom Francisco de Melo, 15, 1070-085.

- **Propiedad Industrial.** La Ley de Propiedad Industrial protege las formas que se da a los productos en la Industria. Para proteger los diseños de moda como diseño industrial es necesario su registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas, y para que se conceda el registro, estos diseños tienen que ser “novedosos” y “singulares”. Con novedosos se refiere a que ningún diseño idéntico haya sido accesible al público antes. Es singular si la impresión general que da el producto es distinto de la imagen general de cualquier otro diseño de moda.

Con estos requisitos los diseños de moda se podrán inscribir y se les dispensará protección por un periodo de 5 años prorrogable hasta 25.

5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

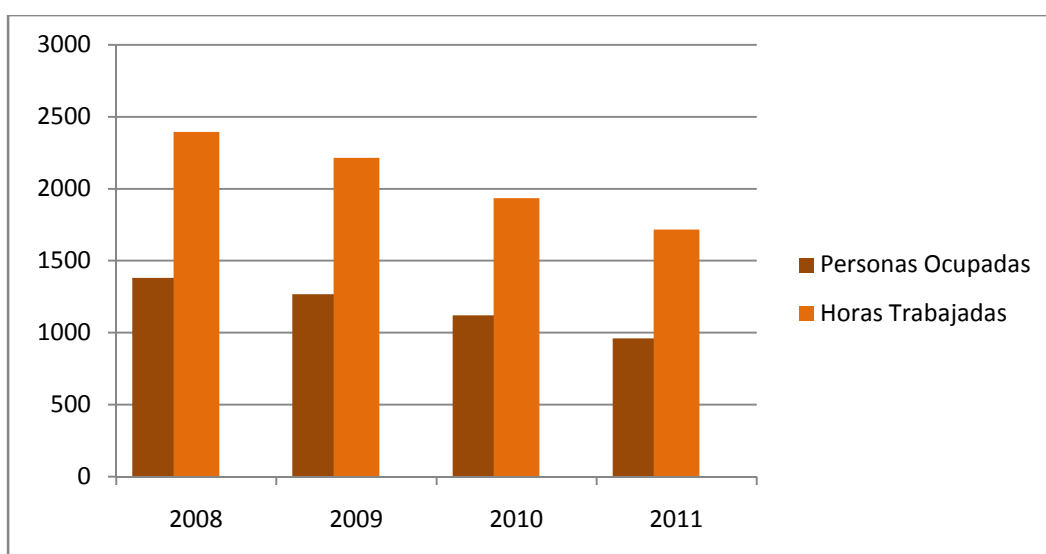
El diseño de moda ha estado siempre presente en la sociedad europea y fue a finales del siglo XIX en Francia el momento en el que surgió la alta costura. No se trata de simples modistas que materializan las prendas que los clientes desean, sino que son los diseñadores los que crean la prenda según sus propios gustos y criterios.

El número de empresas que existen en España dedicadas al sector textil es de 8.666, lo que supone un 6,7% del total del sector de la Industria, según el documento “Presentación Sectorial del Sector Textil y Confección” de Mayo de 2013 realizado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Según el mismo estudio, la cifra de negocios del sector textil supone el 1,87% de la Industria y las exportaciones equivalen al 4,95%.

Otro dato a destacar es que el 99,8% de las empresas del sector son PYMES, debido a que tienen una mayor flexibilidad para adaptarse a la continua evolución de un fenómeno como la moda.

El mercado de la confección textil se ha visto muy afectado por la crisis en los últimos años. Como aparece en la siguiente tabla, el número de personas ocupadas ha disminuido un 30,46% desde 2008 a 2011 en Extremadura.

Evolución de los sectores de Confección Textil (CNAE1413, 1414 y 1415) en Extremadura



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El importe neto de la cifra de negocios de este sector en Extremadura también se ha visto afectado, disminuyendo en un 8% desde el año 2008 al 2011.

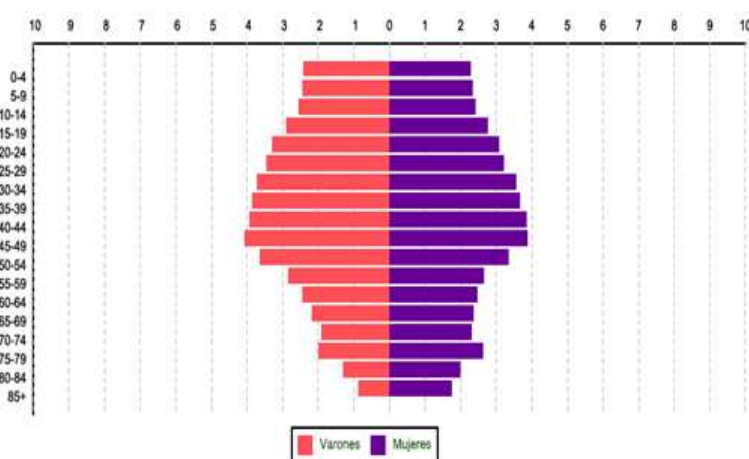
Aunque este decrecimiento es importante, supone un porcentaje menor que el de la Industria en general, que en Extremadura ha disminuido en un 10% en el mismo período de tiempo.

En Portugal, el volumen de facturación de las empresas de confección de prendas de vestir alcanzó en el año 2007 los 2.422 millones de euros.

5.2. Análisis del entorno

El entorno en el que la empresa va a desarrollar su actividad muestra condiciones favorables para la puesta en marcha del proyecto empresarial. A continuación se analizan los principales datos en cuanto a demografía, nivel de estudios, gasto medio por familia, documentación necesaria, legislación y subvenciones que se podrán solicitar.

La sociedad extremeña presenta unas características generalmente muy parecidas a las del resto de España. Presenta una pirámide de población con forma de urna, lo que significa que tiene una población envejecida y una tasa de natalidad y de mortalidad bajas.

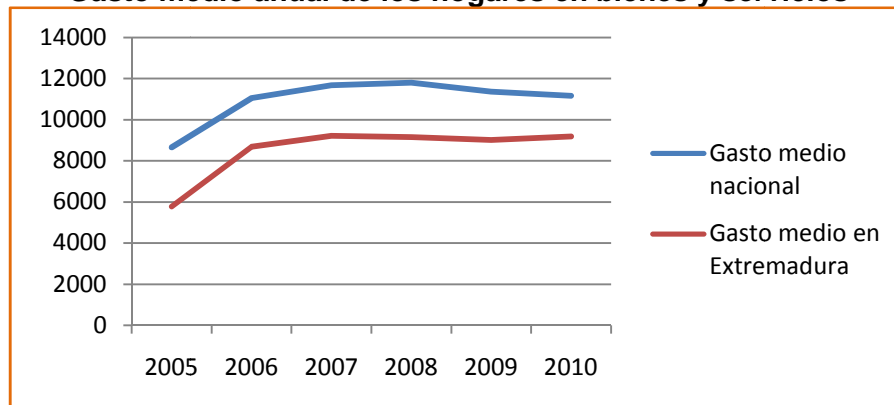


Fuente: INE Revisión del Padrón de Habitantes a 1 de Enero de 2011.

El nivel de estudios es algo inferior a la media nacional, ya que sólo el 19,12% de los mayores de 16 años tienen estudios superiores, mientras que la media española es del 24,31%.

A pesar de atravesar una situación de crisis económica a nivel mundial y especialmente a nivel comunitario, la tendencia en Extremadura en los últimos años nos indica que el gasto medio por hogar y año no ha decrecido, sino que ha ido aumentando de manera leve pero constante, al igual que ocurre a nivel nacional.

No obstante, los datos de Extremadura reflejan que el gasto medio por familia es inferior que el de la media española.

Gasto medio anual de los hogares en bienes y servicios

Fuente: Tabla elaborada a partir de las Tablas por Comunidades Autónomas sobre la Renta, Distribución y Consumo del Instituto Nacional de Estadística.

Otro de los aspectos a considerar son las subvenciones que se presentan. En la web extremaduraempresarial.es (a partir de enero de 2014, PAE virtual) aparecen las subvenciones vigentes, pues se va actualizando de manera constante. Por ello, se revisará en el momento de creación de la empresa para considerar cuál puede resultar de mayor interés para el proyecto.

En cuanto a la normativa, será interesante atender la regulación del sector de la industria textil.

PRENDAS TEXTILES.

- Real Decreto 928 / 1987 (5 Junio). "Etiquetado y composición de productos textiles"
- Real Decreto 396 / 1990 (16 Marzo).
- Real Decreto 1748 / 1998 (31 Julio).
- DIRECTIVA 2008 / 21 / CE.
- Real Decreto 330/2008.

NORMATIVA GENERAL:

Impone una obligación general de seguridad a cualquier producto destinado al consumidor o que pueda ser utilizado por los consumidores.

- DIRECTIVA 2001/95 EC. Su objetivo es garantizar que los productos del mercado sean seguros. Se aplica a todos los productos destinados al consumo.
- REGLAMENTO (CE) Nº 765/2008. Se basa en tres conceptos:
 1. Salud y seguridad del producto.
 2. Información al consumidor.
 3. Garantías y conformidad.
- NORMA UNE 40902
- Real Decreto 1115/2006

Por último, se hace mención a la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales, que habrá que tener en cuenta en el desarrollo de la actividad.

Ayudas para emprendedores/as

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se puedan solicitar. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las ayudas y 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 empresa se va a dirigir a un segmento específico de clientes, que son mujeres desde la infancia (3 años) hasta la edad adulta, usuarias habituales de las nuevas tecnologías de la información e Internet.

Serán particulares que deseen adquirir los vestidos creados por la empresa, aunque también se podrán abastecer a tiendas multi-marca.

Cada vez son más los usuarios de internet en España y en el resto de Europa. Este hecho se ha visto favorecido por el incremento en el acceso a internet a través de los teléfonos móviles. Según la página *Internet World Stats*, España tenía a 30 de junio de 2012 31.606.233 usuarios de Internet.

En España un 72% de personas ha usado internet en los últimos 3 meses, tal y como se aprecia en la siguiente tabla:

	Internet users and non-users			Frequency of use (on average)	
	Used internet within the last 3 months	Used internet within the last 12 months	Never used internet	Every day or almost every day	At least once a week (including daily use)
EU-28	75	77	21	62	72
BE	82	83	15	68	80
BG	53	56	41	43	51
CZ	74	76	17	54	70
DK	95	95	4	84	91
DE	84	86	13	68	80
EE	80	82	16	63	77
IE	78	80	18	61	75
EL	60	61	36	47	56
ES	72	74	24	54	66
FR	82	84	14	66	78
HR	67	68	29	53	63
IT	58	61	34	54	56
CY	65	66	32	53	62
LV	75	76	22	60	71
LT	68	69	29	53	65
LU	94	95	5	82	93
HU	73	74	24	62	71
MT	69	70	28	59	66
NL	94	94	5	83	92
AT	81	82	16	63	77
PL	63	65	32	47	60
PT	62	65	33	48	58
RO	50	55	42	32	45
SI	73	74	23	58	69
SK	78	81	15	61	74
FI	92	92	6	80	89
SE	95	95	4	81	92
UK	90	91	8	78	87
IS	97	97	(3)	91	95
NO	95	96	(3)	85	93
TR	43	46	51	30	40

() Data with reduced reliability due to small number of respondents.

Fuente: Eurostat

Según un artículo publicado por Eurostat en junio de 2013, el 60% de los usuarios de Internet realizan compras online.

A continuación se muestra la evolución en los últimos años del porcentaje de compras por internet.

Territorio	2009	2010	2011	2012	2013
ESPAÑA	23%	24%	27%	31%	32%
Extremadura	16%	21%	21%	25%	24%
PORTUGAL	13%	15%	18%	22%	25%
Alentejo	13%	13%	19%	23%	23%
Centro (PT)	11%	12%	17%	22%	22%

Fuente: Eurostat (última actualización 18.12.2013)

Tal y como puede apreciarse las compras por internet están en todos los territorios en constante crecimiento. Esta evolución es aún más notable en el resto de países de la Unión Europea.

En España, en el año 2012, del 42% de usuarios que compraron por Internet, un 14% lo hizo para comprar ropa y artículos deportivos, siendo, junto con los viajes, el grupo de productos con mayores compras por Internet en España y en la media europea.

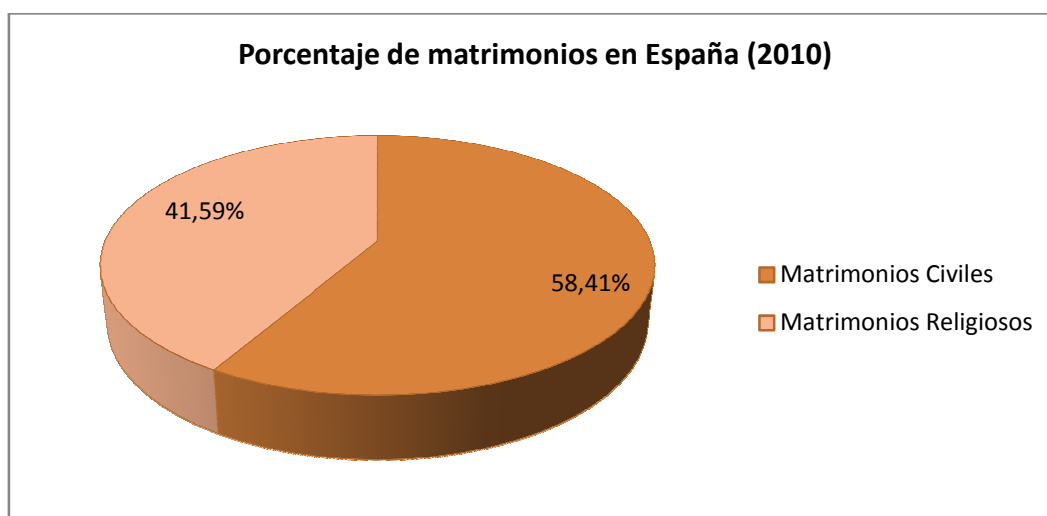
De la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H), de octubre de 2013, del Instituto Nacional de Estadística se deprenden las siguientes conclusiones:

- El 72,0% de la población de entre 16 a 74 años ha utilizado el ordenador en los últimos tres meses, lo que supone cerca de 25 millones de personas. Este porcentaje permanece estable respecto a 2012.
- Más de 24,8 millones de personas, el 71,6% de la población, ha utilizado Internet en los tres últimos meses. Esta cifra supera en más de dos puntos a la del año 2012.
- Los usuarios frecuentes (que se conectan a la Red al menos una vez por semana) suponen el 92,0% del total de internautas. Estos usuarios son, aproximadamente, 22,8 millones de personas, lo que supone el 65,8% de la población. El segmento de usuarios intensivos (los de uso diario) alcanza los 18,6 millones de personas, el 53,8% de la población de 16 a 74 años.
- Por su parte, el porcentaje de personas que ha comprado por Internet en los últimos tres meses experimenta una subida de un punto en el último año y se sitúa en el 22,7% de la población.

- En torno a 13 millones de personas (un 37,4% de la población de 16 a 74 años) han realizado operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida.
- Los productos/servicios más comprados son alojamiento de vacaciones (el 48,0% de las personas que han comprado a través de Internet), otros servicios para viajes (44,5%), material deportivo y **ropa (38,4%)** y entradas para espectáculos (36,6%).
- La brecha digital de género (es decir, la diferencia de puntos entre sexos respecto a los principales indicadores de uso de TIC) volvió a reducirse en los principales indicadores analizados (uso de ordenador, uso de Internet y compras por Internet en los últimos tres meses), manteniendo así la tendencia de los últimos años.

Por otra parte, para analizar la demanda, conviene estudiar los eventos a los que se dirigen los modelos creados por el taller. Uno de los principales eventos en los que se enfocará la empresa serán las bodas. En España se produjeron 167.247 bodas en el año 2010, y en Portugal 39.993 en el mismo año según el Instituto Nacional de Estadística de España y de Portugal. Hay que tener en cuenta que la empresa crea vestidos para todas las invitadas a la ceremonia, y en España, el número medio de invitados a una boda es de 160. Por lo tanto, nos encontramos ante un mercado muy amplio.

Es interesante analizar también el tipo de bodas que se realizan en la actualidad, así se podrán enfocar los diseños en función del tipo de ceremonia.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según los datos de los Indicadores Sociales sobre Familia y Relaciones Sociales de Instituto Nacional de Estadística, actualmente la mayoría de los matrimonios son civiles, una tendencia que era completamente inversa hace tan solo 10 años. Por lo tanto, habrá que adaptar los diseños de las prendas a este tipo de ceremonias.

En cuanto al resto de eventos, en España se celebraron un total de 301.330 bautizos y 258.315 comuniones en el año 2010 según la Oficina de Sociología y Estadística de la Conferencia Episcopal Española.

También se deben analizar a los clientes potenciales fuera de España. Al venderse los productos a través de Internet, se debe definir si se va a exportar a todo el mundo, o sólo a la Comunidad Europea. A continuación aparece cómo se reparten las exportaciones del sector textil español:

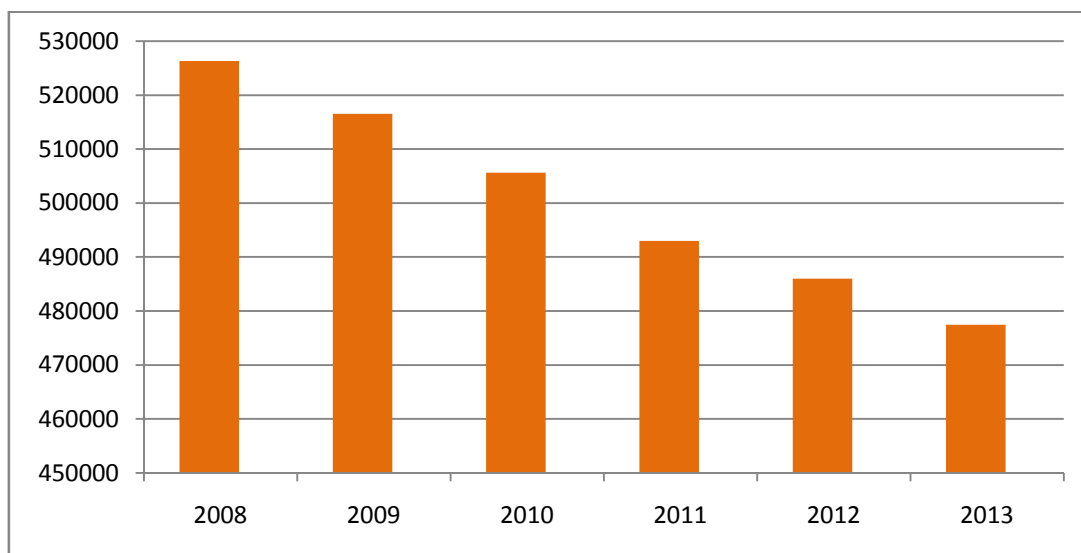


Fuente: "Presentación Sectorial del Sector Textil y Confección" Mayo 2013, Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Tal y como se desprende del gráfico anterior, las exportaciones textiles a países de la Unión Europea suponen un 65% del total. Ante el análisis de estos datos, la empresa va a centrar sus esfuerzos de promoción en el segmento de clientes femenino de los países que conforman la Unión Europea. Será para ello importante que la web se ofrezca en más de un idioma.

En cuanto al segundo tipo de cliente que va a conformar la demanda potencial, los comercios, se ha producido también un descenso en el número de empresas del sector. Esta evolución se ilustra a continuación con un gráfico.

Número de empresas dedicadas al comercio al por menor en España



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Es por ello que resulta fundamental dirigir las ventas no sólo a captar empresas comercializadoras en España, sino también a Portugal y a otros países en los que el sector textil tenga un peso importante.

5.4. Análisis de la competencia

El sector de la confección textil se ha visto afectado por la coyuntura económica actual, mermando tanto el número de empresas, como el número de empleados, los gastos e ingresos de explotación y el importe neto de la cifra de negocio.

La competencia va a estar conformada por:

Competencia directa:

Serán competidores directos otros talleres de diseño de moda on line. En este sentido, cabe desatacar la competencia ejercida por servicios de diseño de prendas online por empresas extranjeras, principalmente asiáticas.

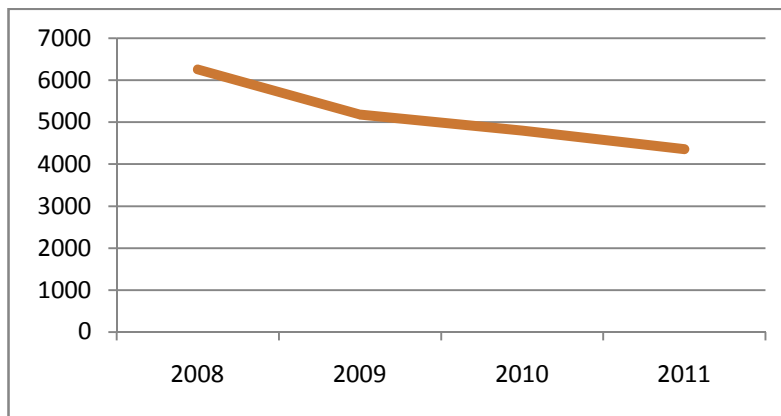
Será importante poner en valor los aspectos diferenciales de la empresa tales como la diferenciación en función del segmento de clientes y la reducción de precios.

Por otra parte, los talleres de diseño de moda y los servicios de confección locales pondrán así mismo competencia directa del negocio, pues los clientes decidirán entre encargar su modelo en su localidad de manera presencial o hacerlo a través de la página web. Aquí se deben tener en cuenta las tiendas de moda de vestidos de fiesta y ceremonia que pertenecen a una misma cadena y/o diseñador/a. Se competirá con ellos principalmente en precio.

Competencia indirecta:

Serán competidores indirectos aquellos talleres que realicen todo tipo de prendas de vestir, incluidos los de ceremonia. La siguiente tabla ilustra la evolución en el número de empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en España.

Número de empresas de confección de prendas de vestir en España



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Esto, en cierta medida, supone una oportunidad para la empresa en tanto en cuanto disminuye el número de empresas que supone una competencia directa para este negocio.

También serán competencia indirecta las empresas que se dedican a alquilar vestidos, principalmente, vestidos de novia.

Así mismo, dentro de este grupo de competidores se incluirán las páginas web de venta de vestidos de segunda mano.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

La fijación de precios dependerá del tipo de prenda, de los materiales utilizados, y del número de horas empleadas.

En función de todo ello, y teniendo como referencia las tarifas que se ofrecen en el mercado, se ha intentando fijar unos precios competitivos con idea de establecer una estrategia de penetración en el mercado.

Prenda	Precio orientativo
Vestidos de Novia	700€
Vestidos Comunión	350€
Vestidos Invitadas	300€
Vestidos Niña	150€

6.2. Canales de distribución

Los canales de distribución que se van a utilizar son los siguientes:

- Venta directa a través de la red: La venta se hará principalmente a través de la tienda virtual que a tal efecto dispondrá la empresa.
- Otros canales: Ferias del sector de la moda. Será una oportunidad interesante el asistir a ferias y otros eventos del sector en el que no sólo hacer contactos profesionales, sino también provocar la venta. Para ello, se deberá preparar una muestra de prendas de diverso tipo y tallaje.

Es especialmente interesante el Festival Europa Sur, que cada año cuenta con la Feria Extremeña de Diseño Independiente Hispano-Luso. Se celebra en septiembre en el Gran Teatro de Cáceres.

6.3. Comunicación y promoción

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

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientes.

Público objetivo

Existen dos tipos de clientes:

Grandes tiendas multimarca: Grandes espacios de venta al público donde se ofrecen prendas de varios diseñadores.

Cientes particulares segmentados en mujeres usuarias habituales de internet.

Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es el de una empresa de diseño de vestidos de originales y calidad, combinando las últimas tendencias con un precio atractivamente asequible.

Estrategia

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

Comunicación corporativa: La comunicación corporativa de la empresa se centrará en realizar un buen trabajo para obtener unos productos de gran calidad

Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante un marketing directo, marketing indirecto, marketing experiencial y marketing relacional].

Acciones

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

- Marketing Directo. Esta acción se realizará principalmente a través de la propia web de la empresa, que incluye información, imágenes, descripciones, etc., sobre los vestidos que se ofrecen. Además, la web también debe reflejar la imagen de la empresa. También se realizará la estrategia de marketing directo a través de publicidad en webs relacionadas con las bodas, así como en blogs y foros.
- Marketing Indirecto, a través de recomendaciones. Será importante que los clientes estén satisfechos. Para fomentar el marketing directo se hará uso de las redes sociales y de blogs relacionados con la moda y el estilismo.
- Marketing experiencial, que se pondrá en práctica a través de un asesoramiento gratuito sobre moda y estilismo. En el inicio se ofrecerá a todas aquellas personas que accedan a la web y muestren su interés.
- Marketing relacional, que se basa en hacer networking asistiendo a reuniones, exposiciones y ferias del sector de la moda.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

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

7.1. Recursos físicos

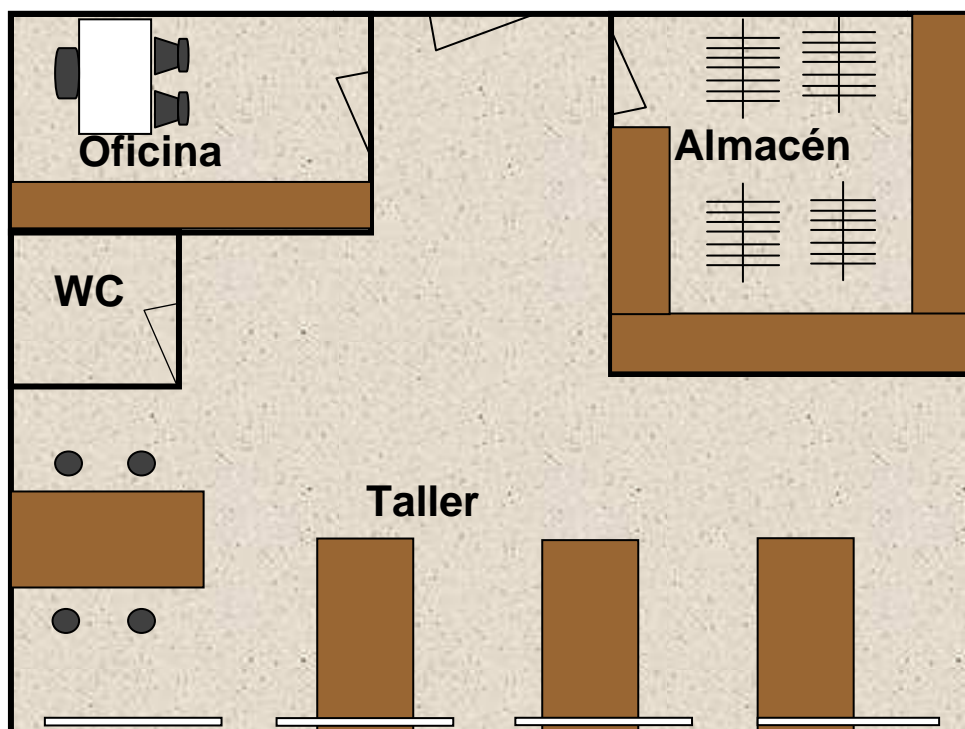
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

Un negocio de este tipo no presenta tantos condicionantes de ubicación como los establecimientos de venta directa al público. Por este motivo, es frecuente encontrar a empresas de este tipo alojadas en polígonos industriales o zonas donde el coste del alquiler no sea elevado. En este caso concreto, la empresa se ubicará en el polígono industrial El Prado, en Mérida.

Se precisa un local con una superficie mínima de 130m², dividido del modo siguiente:

- Oficina: Con una superficie de 15m², donde se atenderá a los clientes y se recogerán los encargos de servicios.
- Taller: Con una superficie de 80m², donde se ubicará la maquinaria y se realizará el trabajo.
- Almacén: Con una superficie de 25m² donde se guardarán las herramientas, las prendas, los materiales y el producto sin confeccionar.
- Aseos higiénicos-sanitarios: Con una superficie de 5m².

A continuación se ofrece un plano de la planta:



7.1.2. Equipamiento

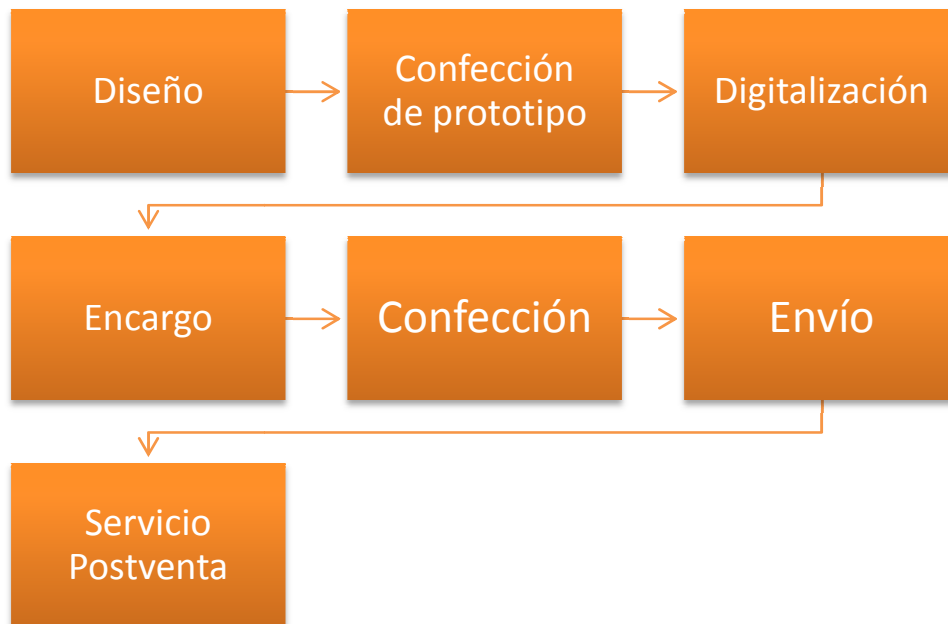
El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad requerida para la empresa.

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

El taller deberá equiparse con una mesa de trabajo (para realizar los diseños), dos máquinas de coser, una máquina cortahilos, una máquina de pespuntos, una máquina remalladora y maquinaria para hacer ojales, presillas, coser y forrar botones, etc.

7.1.3. Desarrollo productivo

A continuación se describe el desarrollo productivo de la empresa:



En primer lugar, la persona promotora realiza los diseños de los diferentes tipos de prenda. Para ello sacará colecciones anuales. Elige las telas y diversos materiales necesarios para su elaboración. Una vez decidido el diseño final, se procede a su confección, para lo que contará con la ayuda de su asistente.

Puede que sobre este primer ejemplar haya que realizar alguna modificación. Cuando el resultado sea el esperado, se realizarán fotos de este primer prototipo y se colgarán en la web de la empresa, junto con las fotos del resto de diseños.

Cuando se reciba un pedido, el cliente especificará el modelo que desea y la talla, momento a partir del cual se comienza a elaborar el vestido. En la web se indica el precio de la prenda y el tiempo máximo de entrega. El cliente abonará el precio del vestido incluyendo los gastos de envío, que variarán dependiendo del lugar desde el que se realice la compra.

A partir de ese momento, se comenzará a confeccionar la prenda, y se enviará al cliente. Si éste no está satisfecho, se procederá a su devolución mediante mensajería y se le abonará el precio pagado.

La empresa también elaborará prendas para dejarlas en stock, principalmente aquellas que tengan una mejor acogida en el mercado. Se confeccionarán en varias tallas.

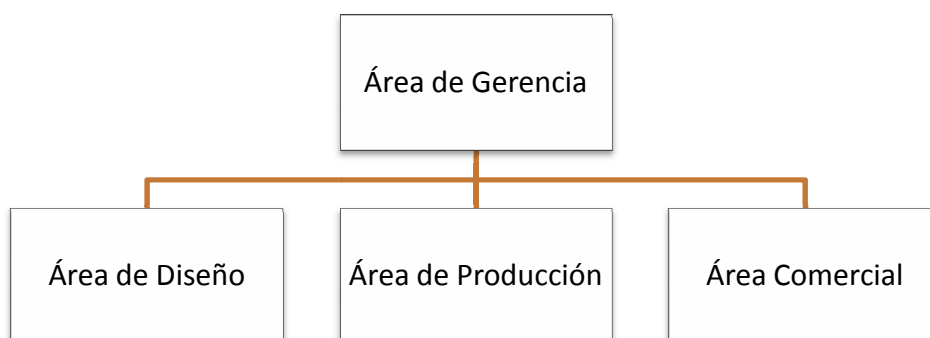
7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

Se diferencian cuatro áreas dentro de este negocio:

- Área de gerencia: Se llevarán aquí tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos y contacto con proveedores y colaboradores del ámbito de la moda.
- Área de diseño: Se incluirán aquí las tareas de diseño de modelos de prenda.
- Área de producción: En esta área se materializan los diseños creados anteriormente, a través de su confección.
- Área comercial: Consiste en realizar fotos de los vestidos, colgarlos en la página web e incluir los textos requeridos, así como atender los pedidos que se realicen.

El organigrama de la empresa atenderá a la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de puestos de trabajo

- Diseñador/ Gerente: La persona emprendedora del negocio será también aquella que asuma las funciones de diseño, dirección de la producción y gerencia.
- Asistente: Su función será la de ayudar a la persona emprendedora en todo lo necesario para la confección de las prendas. Debe tener conocimientos de costura, patrones y planchado. Así mismo le asistirá en las tareas puntualmente en tareas del área comercial.

7.2.3. Gestión de los Recursos Humanos

Selección

Para la selección de la persona que ejerza de asistente de la empresa se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados y de redes profesionales.

La selección se hará mediante entrevista personal por parte de la persona emprendedora de la empresa.

Contratación

Se contratará a la persona asistente de confección a jornada completa.

El salario correspondiente al puesto que se pretende cubrir, de acuerdo con el convenio colectivo correspondiente, aparece en la siguiente tabla:

Puesto de trabajo/Salario	Salario Mensual Neto	Salario Anual Neto (incluyendo pagas extra)
Gerente/ Diseñador	1.128€	15.792€
Asistente	750€	10.500€

Formación

Aunque el personal que se contrate deberá estar formado, el/la gerente se encargará de su aprendizaje dentro de la empresa, adquiriendo las técnicas propias en la misma y asimilando la filosofía empresarial como propia.

7.3. Forma Jurídica

Al ser un solo emprendedor, se constituirá como empresario individual por las siguientes ventajas:

- Facilidad en la constitución: Son pocos trámites de constitución.
- No se exige capital social mínimo al inicio.
- Gestiona personalmente la empresa.
- Paga fiscalmente según ganancias.

Sin embargo, hay que tener en cuenta una serie de inconvenientes:

- Recae sobre el empresario todo el riesgo que tiene el negocio.
- Responde con el patrimonio del negocio y el propio. Si no tiene separación de bienes se extiende al cónyuge.

8. Análisis DAFO

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

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida - Productos muy especializados, enfocados únicamente a cubrir eventos. - Dificultad de tesorería 	<ul style="list-style-type: none"> - Coyuntura económica - Competencia de los países asiáticos tras la supresión de los aranceles - Debilidad del sector textil en Extremadura - Demanda estacional
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Precios competitivos - Capacidad de trabajo - Capacidad creativa. - Estructuras flexibles - Capacidad de crecimiento - Capacidad de diversificación 	<ul style="list-style-type: none"> - Apertura al exterior - Mejoras productivas sectoriales

Conclusiones

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

Corregir las debilidades:

- La empresa es desconocida. Para corregir esta debilidad deberá poner en marcha un agresivo plan de comunicación asentado sobre las bases descritas en el apartado 6.3.
- Productos muy especializados, enfocados únicamente a cubrir eventos: La empresa plantea en un futuro aumentar la variedad de productos ofertados.
- Dificultad de tesorería. Al tratarse de una empresa de nueva creación y un único promotor, las fuentes de financiación iniciales son escasas y las ventas aún deben crecer, lo que supone una dificultad de tesorería en los primeros meses de actividad. Para corregir esta debilidad, se tendrá en cuenta en las necesidades de financiación una cuantía suficiente para hacer frente a estas necesidades de tesorería inicial en los primeros meses.

Afrontar las amenazas

- Coyuntura económica: La crisis financiera actual hace que el poder adquisitivo sea menor. Para ello, se deben establecer unos precios que sean competitivos.
- Competencia los países asiáticos tras la supresión de los aranceles. El sector textil ha registrado un constante descenso en puestos de trabajo, producción y valor añadido ante el notable aumento de las importaciones, especialmente de Asia debido a la supresión de los aranceles. Para afrontar este hecho, la empresa tendrá que ofrecer unos productos diferenciados del resto, y el mejor modo de hacerlo es mediante un diseño único y original.
- Debilidad del sector textil en Extremadura: Extremadura es una de las regiones españolas con menor desarrollo del sector textil, por lo que es necesario fomentar políticas para el desarrollo de dicho sector. Para lograrlo, la empresa se integrará en asociaciones y otras entidades del sector textil con idea de hacer fuerza y fomentar el desarrollo de acciones que impulse el sector.
- Demanda estacional: La empresa cubre eventos que tienen lugar principalmente en primavera y otoño. Por tanto, se deberá plantear en un futuro diversificar la producción e incluir prendas de vestir cuya demanda se realice durante todo el año.

Explotar las oportunidades

- Apertura al exterior: Las empresas españolas están aumentando progresivamente su presencia en el exterior. Los productos españoles están presentes en la actualidad en más de 150 países. Por ello, la web de la empresa se presentará en más de un idioma y se asistirá a ferias internacionales, con el fin de dirigir las ventas al exterior.
- Mejoras productivas sectoriales: El sector textil y de la confección ha experimentado una renovación de su maquinaria y una actualización de los procesos productivos, con lo que se ha mejorado la producción. Por tanto, se buscarán proveedores que hayan implementado esas mejoras en su producción, obteniendo de esta forma materiales de mayor calidad.

Mantener las fortalezas

- Precios competitivos: Las prendas creadas mantienen una alta calidad dentro de unos precios asequibles.
- Capacidad de trabajo: Se debe mantener una gran capacidad de trabajo, habilidad profesional muy presente en la persona que promueve el negocio.
- Capacidad creativa: Este negocio se basa en el diseño, lo que implica una gran capacidad de desarrollo creativo.
- Estructuras flexibles: Es posible establecer unos horarios y unos ritmos de trabajo dependiendo de las necesidades de la demanda y de la capacidad de trabajo, con lo que la producción será mucho más eficiente.
- Capacidad de crecimiento: La estructura organizativa de la empresa y el equipamiento que posee le permiten contar con una gran capacidad de crecimiento, tanto aumentando la cuota de mercado como aumentando la producción de vestidos.
- Capacidad de diversificación: Puede diversificar la producción de varias maneras: abarcando al público masculino, tanto infantil como adulto; creando líneas estilo casual; añadiendo complementos, etc.

9. Valoración y análisis financiero

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras que 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.

Utillaje y Mobiliario:

El utillaje necesario para el desarrollo de la actividad estará compuesto por todos aquellos elementos propios de la confección: tijeras, enhebrador, cinta métrica, reglas, etc.

Así mismo, será necesario adquirir el mobiliario y equipos para la adecuación de oficina y local.

El coste total será de 4.800 euros.

Equipos Informáticos: Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, periféricos, impresoras, fax, etc. El coste total es de 1.000 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, programa de diseño (como Autocad) y la creación de la página web. El coste será de 2.000 euros.

Fianzas: La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades.

9.1.2. Activo no 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 incluirán patrones, telas de seda, satén, tul, encaje, gasa, botones, pedrería, material de oficina, lápiz de numeración, tizas, jaboncillos, papel, papel kraft, hilos, agujas, etc. El coste estimado de estas existencias es de 5.000 euros.

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

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	TOTAL
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones		21%	0
Instalaciones		21%	0
Maquinaria	18.000	21%	18.000
Equipamiento		21%	0
Mobiliario	1.800	21%	1.800
Uttillaje	3.000	21%	3.000
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	1.000	21%	1.000
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	23.800		23.800
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	2.000	21%	2.000
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	520	21%	520
Total Inmovilizado Inmaterial	2.520		2.520
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			26.320
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	5.000	10%	5.000
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			5.653
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.000		5.000
TOTAL INVERSION	31.320		31.320
Total IVA SOPORTADO	6.027		6.027
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	37.347		37.347
			43.000

9.2. Fuentes de financiación

La persona promotora de este negocio está en el proceso de constitución de la empresa y actualmente va a realizar una inversión inicial para la creación de la misma.

Aportaciones de capital: 15.000€.

A continuación se detallan las cuantías de inversiones que hacen falta para el proyecto.

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Social	15.000
En Especie	0
Dinerario	15.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	15.000
Deudas bancarias a L/P	28.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	28.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	43.000

La amortización del préstamo bancario se hará en 8 años a un tipo nominal del 8%, con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	28.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	560
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	28.000,00
Importe de Intereses:	9.999,39
Coste total operación:	37.999,39
Cuota Mensual (a):	395,83
Cuota Anual	4.749,92
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 intentará introducirse en el mercado. La empresa iniciará su actividad el 1 de enero. De esta forma, se prevé que en los primeros meses no haya apenas ventas, sólo vestidos de fiesta y de niña. Las ventas de todos los productos de la empresa comenzarán a partir del mes de marzo, mes en el que ya se han conseguido algunos clientes.

Teniendo en cuenta que la demanda es estacional y los meses de invierno y verano tienen menor demanda, los ingresos están condicionados por el número de prendas vendidas al mes y la capacidad productiva de la empresa. Con la plantilla actual, se estima una capacidad máxima de 20 vestidos al mes. El número de vestidos de niña se multiplicaría por dos, es decir, se supone que un vestido de año se hace en la mitad de tiempo que un vestido de adulto.

La demanda de cada vestido dependerá en gran medida del evento al que está destinado, de esta forma, la venta de vestidos de comunión sólo se prevé desde el mes 2 al mes 6.

En los meses 1 y 2 se estima la venta de dos vestidos al mes en la gama Princesses (vestidos de niña) y un vestido al mes en la gama Queens (vestidos de fiesta). La empresa se está dando a conocer, por lo que el nivel de ventas será bajo aún.

A partir del mes 3 comienza a crecer la demanda de productos. Los meses cálidos son meses con buena acogida de demanda de vestidos de ceremonia, ya que es el período en los que se celebran las comuniones y la mayoría de las bodas.

Los meses 9 a 11 son importantes, especialmente por la celebración de bautizos. Ya en estos meses el plan de comunicación de la empresa está empezando a dar sus frutos.

Diciembre es un mes en el que disminuye la demanda de prendas de ceremonia. No obstante se incrementa la demanda de vestidos de fiesta coincidiendo con los festejos navideños.

PREVISIÓN DE INGRESOS Y

HIPOTESIS DE PARTIDA	Novia	Comunion	Invitada	Niña
Nº medio de productos vendidos / servicios prestados al	3	2	6	7
Precio medio por Producto/Servicio	700,00	350,00	300,00	150,00
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Vestido Novia													
Nº Productos /Servicios 1	0	0	1	3	3	4	5	5	6	6	5	2	40
Precio	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	
Ingresos	0	0	700	2.100	2.100	2.800	3.500	3.500	4.200	4.200	3.500	1.400	28.000
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	265,00	795,00	795,00	1.060,00	1.325,00	1.325,00	1.590,00	1.590,00	1.325,00	530,00	10.600,00
Vestido Comunion													
Nº Productos /Servicios 2	0	0	5	6	7	7	0	0	0	0	0	0	25
Precio	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	
Ingresos	0	0	1750	2100	2450	2450	0	0	0	0	0	0	8.750
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	375,00	450,00	525,00	525,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.875,00
Vestido Invitada													
Nº Productos /Servicios 3	1	1	3	5	6	6	8	9	9	6	6	10	70
Precio	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	
Ingresos	300	300	900	1500	1800	1800	2400	2700	2700	1800	1800	3000	21.000
Coste Producto /Servicio	110	110	330	550	660	660	880	990	990	660	660	1100	7.700,00
Vestido Niña													
Nº Productos /Servicios 4	2	2	6	7	8	6	10	10	9	6	6	6	78
Precio	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	
Ingresos	300	300	900	1050	1200	900	1500	1500	1350	900	900	900	11.700
Coste Producto /Servicio	94	94	282	329	376	282	470	470	423	282	282	282	3.666,00

INGRESOS POR VENTAS	600	600	4250	6750	7550	7950	7400	7700	8250	6900	6200	5300	69.450
Iva repercutido	126	126	892,5	1417,5	1585,5	1669,5	1554	1617	1732,5	1449	1302	1113	14584,5
Facturado a clientes	726	726	5142,5	8167,5	9135,5	9619,5	8954	9317	9982,5	8349	7502	6413	84.035
Cobros del periodo	726	726	5142,5	8167,5	9135,5	9619,5	8954	9317	9982,5	8349	7502	6413	84034,5
Cobros periodos anteriores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL COBROS	726	726	5143	8168	9136	9620	8954	9317	9983	8349	7502	6413	84.035

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

9.4. Costes de producción

Los costes de producción serán los correspondientes al material necesario para la confección de las prendas.

COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos
Vestido Novia	265	40	10600
Tela Satén	20,00		
Tela Seda	180,00		
Botones Forrados	45,00		
Encaje	20,00		
Vestido Comuni3n	75,00	25	1875
Tela Tafetán	20,00		
Tela Organza	25,00		
Botones Forrados	30,00		
Vestido Invitada	110	70	7700
Tela Satén	20,00		
Tela Gasa	60,00		
Pedrería	30,00		
		78	3666
Vestido Niña	47		
Tela Seda	38,00		
Tela Tafetán	8,00		
Tela Tul	1,00		
			23841
			TOTAL

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los gastos generales están compuestos por los gastos fijos de la empresa, donde se incluirán los servicios de gestoría, suministros (agua, electricidad, teléfono...), los seguros, los gastos de constitución y alquileres.

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Compras:	204	204	1.252	2.124	2.356	2.527	2.675	2.785	3.003	2.532	2.267	1.912	23.841
materias primas, materiales, productos...	204	204	1.252	2.124	2.356	2.527	2.675	2.785	3.003	2.532	2.267	1.912	23.841
envases, embalajes													0
Otros (detallar)													0
Gastos variables:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comerciales (Comisiones por venta, dietas...)													0
Transportes													0
Subcontrataciones													0
Otros													0
Gastos fijos:	1.240	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.440
Promoción comercial	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	6.960
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros													0
Gastos I+D													0
Alquileres	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Otros	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
TOTAL GASTOS y compras	1.444	1.404	2.452	3.324	3.556	3.727	3.875	3.985	4.203	3.732	3.467	3.112	14.440
Iva soportado	167	167	387	570	619	655	686	709	755	656	600	525	6.493
Total Pagos	1.611	1.571	2.839	3.894	4.175	4.382	4.561	4.694	4.958	4.388	4.067	3.637	44.774

Gastos de personal

Los gastos de personal aparecen reflejados en la siguiente tabla:

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
Gerente/ Diseñador													
Salario Bruto	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	1.316	15.792
Seguridad Social (260 €)	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Coste trabajador autónomo	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	18.912
Asistente													
Salario Bruto trabajador/es	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	10.500
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	3.465
Coste empresa	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	1.164	13.965
COSTE EMPRESA TOTAL	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	32.877

Gastos de amortización

Los gastos de amortización aparecen reflejados 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	2.000	5	400
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	520	5	104
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			504
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	0	50	0
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	18.000	12	1.500
Equipamiento	0	15	0
Mobiliario	1.800	15	120
Utillaje	3.000	4	750
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	1.000	5	200
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			2.570

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 pendientes de realizar:

FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		726	726	5.143	8.168	9.136	9.620	8.954	9.317	9.983	8.349	7.502	6.413
Prestamo a Corto Plazo		3.900											
Préstamo a Largo Plazo	28.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones de los socios (Capital Social)	15.000												
TOTAL COBROS	43.000	4.626	726	5.143	8.168	9.136	9.620	8.954	9.317	9.983	8.349	7.502	6.413
PAGOS:													
Pagos sueldos		2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740
Pago compras y gastos generales		1.611	1.571	2.839	3.894	4.175	4.382	4.561	4.694	4.958	4.388	4.067	3.637
Pago IVA a Hacienda								2.829			2.755		
Devolución capital préstamos		209	211	212	213	215	216	218	219	221	222	224	4.125
Pago intereses	560	287	206	203	200	196	193	190	186	183	180	176	173
Pago de las inversiones	37.347	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	37.907	4.847	4.727	5.993	7.047	7.326	7.531	10.537	7.839	8.101	10.284	7.206	10.675
FLUJO DE CAJA NETO	5.093	-221	-4.001	-851	1.121	1.810	2.089	-1.583	1.478	1.882	-1.935	296	-4.262
SALDO FINAL DE TESORERÍA	5.093	4.872	871	20	1.140	2.950	5.039	3.456	4.934	6.816	4.881	5.177	915

Para cubrir la tesorería negativa de algunos meses, se solicitará un crédito a corto plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	3.900
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	78
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	3.900,00
Importe de Intereses:	149,45
Coste total operación:	4.049,45
Cuota Mensual (a):	337,45
Cuota Anual	4.049,45
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

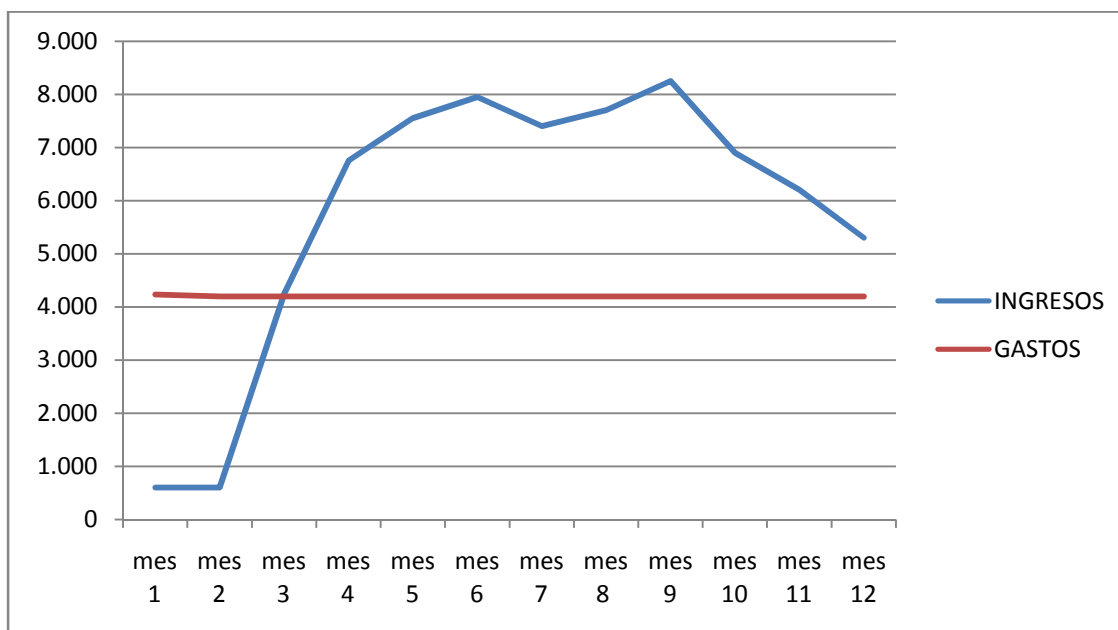
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

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	600	600	4.250	6.750	7.550	7.950	7.400	7.700	8.250	6.900	6.200	5.300	69.450
CONSUMOS	0	204	204	1.252	2.124	2.356	2.527	2.675	2.785	3.003	2.532	2.267	1.912	23.841
margen bruto	0	396	396	2.998	4.626	5.194	5.423	4.725	4.915	5.247	4.368	3.933	3.388	45.609
Gastos de personal	0	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	2.740	32.877
Gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos	0	1.240	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.440
Amortizaciones	0	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	3.074
Total gastos	0	4.236	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	4.196	50.391
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-3.840	-3.800	-1.198	430	998	1.227	529	719	1.051	172	-263	-808	-4.782
Gastos financieros	560	287	206	203	200	196	193	190	186	183	180	176	173	2.933
Beneficio antes de impuestos	-560	-4.127	-4.006	-1.401	230	802	1.034	339	533	868	-8	-439	-981	-7.715
IRPF (al 20 %)														0
RESULTADO DEL EJERCICIO	-560	-4.127	-4.006	-1.401	230	802	1.034	339	533	868	-8	-439	-981	-7.715

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	15.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>23.246</u>	Resultado del Ejercicio	-7.715
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	0
Edificios y Construcciones	0	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	18.000	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>7.285</u>
Equipamiento	0	Préstamos bancarios a largo	22.576
Mobiliario	1.800	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>22.576</u>
Utillaje	3.000		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	1.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-2.570	Préstamos bancarios a corto plazo	2.820
<u>Inmovilizado material</u>	<u>21.230</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	2.083
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor IRPF)	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	2.000		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	520		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-504		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>2.016</u>		
Existencias, materias primas...	5.000		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	5.603		
Clientes	0		
Tesorería	915		
<u>Activo corriente</u>	<u>11.518</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>4.903</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>34.764</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>34.764</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	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,35
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	6.614,46
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	3,77
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	-6,89%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,27
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	0,00%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	-11%
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	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	50.391 €

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 50.391 €.

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

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	69%	50%	50%	20%
Crecimiento de la cifra de consumos	69%	50%	50%	20%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	65%	65%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	125%	55%	45%	24%

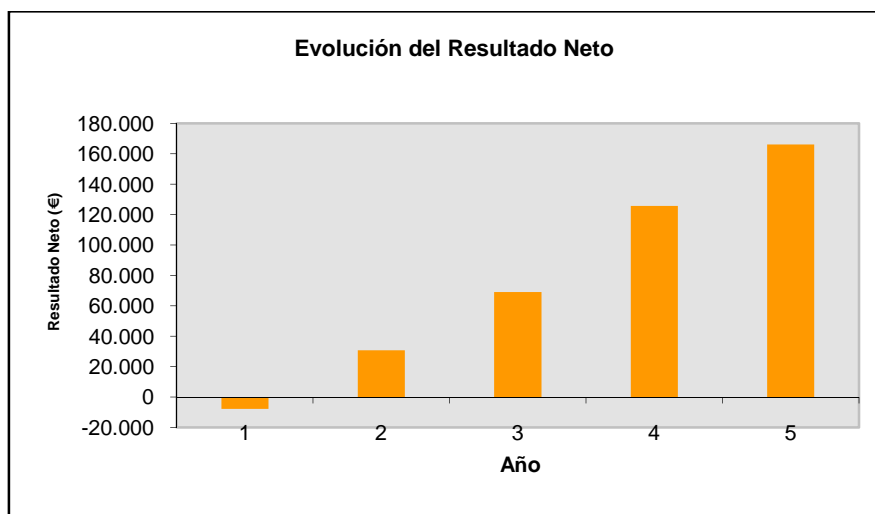
El segundo año, la empresa ya se habrá dado a conocer entre el público objetivo, por lo que se espera cubrir la capacidad total de la misma. Así, el crecimiento será del

69% lo cual se corresponde con la producción máxima para la capacidad actual. A partir del tercer año, la empresa crece un 50% anualmente, gracias a la incorporación de nuevas prendas que cubran nuevos mercados, como el masculino o prendas para verano e invierno. Este 50% se corresponde con un incremento de la capacidad en un empleado más en la plantilla al año. Esto hace que se incrementen así mismo los costes. Para el 5º año no se prevé a priori un incremento de la capacidad, aunque sí de las ventas en un 20%, derivado de una mayor cuota de mercado.

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	69.450,00	117.371	176.056	264.084	316.900
Consumos	23.841,00	24.556	25.293	26.052	26.833
margen bruto	45.609	92.814	150.763	238.032	290.067
% margen bruto sobre ventas	66%	79%	86%	90%	92%
Gastos de personal	32.877	33.535	34.205	34.889	35.587
Gastos variables mensualmente:	0,00	0	0	0	0
Amortización de activos	3.074	3.074	3.074	3.074	3.074
Gastos fijos:	14.440,00	14.729	24.303	40.099	40.901
Total gastos	50.391,00	51.337	61.582	78.062	79.562
Beneficio antes de impuestos e intereses	-4.782	41.477	89.181	159.969	210.505
Gastos financieros	2.933	2.933	2.933	2.933	2.933
Beneficio antes de impuestos	-7.715	38.544	86.248	157.036	207.571
IRPF (20%)		7.709	17.250	31.407	41.514
RESULTADO DEL EJERCICIO	-7.715	30.835	68.998	125.629	166.057

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

Las actividades planificadas para este año son las siguientes:

- 1 Búsqueda de financiación ajena. Duración estimada: 7 meses
- 2 Campaña de marketing inicial. Duración estimada 6 meses.
- 3 Búsqueda y contacto con proveedores. Duración estimada 3 meses.
- 4 Contratación de elaboración de página web: duración estimada 2 meses. Se encuentra en la fase de búsqueda de proveedores de este servicio.
- 5 Búsqueda de instalaciones y contrato de arrendamiento de local. Duración estimada 2 meses.
- 6 Búsqueda y selección de asistente. Duración estimada de 1 mes.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												
6												

1	Búsqueda financiación
2	Campaña de marketing inicial
3	Búsqueda proveedores
4	Contratación página web
5	Contrato de alquiler
6	Búsqueda y selección de asistente

Responsable de las actividades: emprendedor/a

- 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 el personal y establecida la cartera de productos.

- Plan económico-financiero

- Aportación de la persona emprendedora
- Búsqueda de financiación ajena

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica de empresario/a individual no tiene legislación específica. En su actividad empresarial, está sometido a las disposiciones generales del Código de Comercio de 1885 en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil Español en materia de derechos y obligaciones.
- 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.
- Pago de impuestos por Actos jurídicos documentados.
- Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) para personas autónomas.

- Laboral

- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
- Afiliación y alta del/la empleado/a cuando se contrate.

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, actividades que se lleven a cabo en suelo urbano. El uso de suelo rústico para este tipo de actividad no se suele permitir, por tanto no cabe la opción de calificación urbanística.

ACTIVIDAD: Confección a medida de prendas de vestir y sus complementos, 454

Esta actividad no se recoge en ninguno de los anexos del Decreto 54/2001, Reglamento de Evaluación de Impacto Ambiental, motivo por el cual no se encuentra sometida a Evaluación de Impacto Ambiental cuando no es necesaria la calificación urbanística del terreno en el cual se va a desarrollar.

Trámites Constitución de Empresa

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

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

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.

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/as empresarios/as individuales, los/as 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.

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 de la persona 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.

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.

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.

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/as individuales, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los/as promotores/as, 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).

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

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

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

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

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

Empresario individual:

Modelo oficial de solicitud.

Documento identificativo del titular de la empresa, empresario/a individual o titular del hogar familiar.

Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

Modelo oficial de solicitud.

Documento identificativo del titular de la empresa, empresario/a individual o titular del hogar familiar.

Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Escritura de Constitución debidamente registrada, o certificado del Registro correspondiente (Libro de Actas en el caso de Comunidades de Propietarios).

Fotocopia del DNI o NIE de quien firma la solicitud de inscripción.
Documento que acredite los poderes del firmante, si no están especificados en la escritura.

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

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

Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el/la empresario/a 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/a, 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/as trabajadores/as 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.

Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo

Constituida la Sociedad o decidida por el/la empresario/a 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.

Comunicación de contratos de trabajo

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

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

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

Documentación:

Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el/la trabajador/a.

Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los/as trabajadores/as, si lo hubiese.

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

Trámites “Puesta en marcha de la actividad”**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/la empresario/a 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 Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma www.ideextremadura.es (Infraestructura de Datos Espaciales 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 IDE Extremadura.

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

Informe de compatibilidad urbanística

Cuando 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.

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, y a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX.

Esta actividad se encuentre afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, motivo por el cual **no estaría sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística** en el caso de no superar los 300 m² 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 que se describe a continuación.

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/la solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del/la apoderado/a 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.

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:

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.

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.

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

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.

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

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.

11. Mapa de actividad

